



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
AMAN SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**FAHMA MENTARI PANJAITAN
NIM. 16 402 00243**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2021



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
AMAN SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN
SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**FAHMA MENTARI PANJAITAN
NIM. 16 402 00243**

PEMBIMBING I

Dr. Sumper Malla Harahap, M.Ag
NIP. 19720313 200312 1 002

PEMBIMBING II

Windari, SE., M.A
NIP. 19830510 201503 2 003

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2021



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **FAHMA MENTARI PANJAITAN**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 28 Desember 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **FAHMA MENTARI PANJAITAN** yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aman Swalayan Padangsidimpuan"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 19720313 200312 1 002

PEMBIMBING II

Windari, SE., M.A
NIP. 19830510 201503 2 003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **FAHMA MENTARI PANJAITAN**
NIM : 16 402 00243
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam Iain Padangsidempuan
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aman Swalayan Padangsidempuan.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 28 Desember 2021
Yang menyatakan,



FAHMA MENTARI PANJAITAN
NIM. 16 402 00243

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **FAHMA MENTARI PANJAITAN**
NIM : 16 402 00243
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aman Swalayan Padangsidempuan**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 20 Desember 2021

Yang menandatangani



FAHMA MENTARI PANJAITAN
NIM. 16 402 00243



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : FAHMA MENTARI PANJAITAN
NIM : 16 402 00243
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aman Swalayan Padangsidimpuan.

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002

Sekretaris

Rini Hayati Lubis, M. P.
NIP. 19870413 201903 2 011

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002

Rini Hayati Lubis, M. P.
NIP. 19870413 201903 2 011

Zulalika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

Damri Batubara, M.A.
NIDN. 2019108602

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Jumat/ 31 Desember 2021
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 70,5 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,59
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA AMAN
SWALAYAN PADANGSIDIMPUAN**

NAMA : FAHMA MENTARI PANJAITAN
NIM : 16 402 00243

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 31 Desember 2021
Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

NAMA : FAHMA MENTARI PANJAITAN
NIM : 16 402 00243
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aman Swalayan Padangsidempuan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya komplain pelanggan pada aman swalayan jumlah pengunjung swalayan di tahun sebelumnya pada masa covid 19 terjadi flukasi kunjungan untuk berbelanja pada swalayan tersebut. Dari wawancara yang dilakukan pelanggan merasa kewalahan dalam belanja di aman swalayan karena lokasi yang tidak memadai. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian pada aman swalayan padangsidempuan.

Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan teori manajemen pemasaran dan manajemen pemasaran lokasi dan keputusan pembelian, keputusan pemberian dalam islam, faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian teori lokasi , dan kualitas pelayanan.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti ialah penelitian kuantitatif dengan sumber data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dengan jumlah sampel 94 orang. Pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi (R^2), uji analisis regresi linear berganda, uji t (Parsial) dan uji F (Simultan).

Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sedangkan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Aman Swalayan Padangsidempuan dan begitu juga hasil uji F mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada aman swalayan, dengan tingkat pengaruhnya dapat dilihat dari uji hipotesis, dimana R^2 variabel bebas sebesar 34,2 % dipengaruhi oleh variabel ini dan 65,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang peneliti tidak cantumkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan, Lokasi

KATA PENGANTAR



Assalaamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aman Swalayan Padangsidempuan”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontohi dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Ibu Nurul Izzah selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag, selaku pembimbing I dan Ibu Windari, MA, selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
6. Teristimewa keluarga tercinta Ayahanda Alm. H Muhammad Anwar Panjaitan dan Ibunda tersayang Hj. Masdewarni Harahap, Ali Andry Panjaitan, Basid Rahmad Panjaitan, Syahrial Alamsyah Panjaitan, Royto Panjaitan, Abdul Azis Panjaitan, keluarga besar Panjaitan dan keluarga besar Bany Harahap yang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dalam menyelesaikan

skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

7. Untuk Ayah dan Ibu tercinta, Selaku Motivator terbaik sekaligus sebagai kawan untuk konsultasi terkait kendala dalam menyusun skripsi ini yang telah banyak memberikan pengalaman, dorongan serta materi masukannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk sahabat peneliti Riska Rumianti Harahap, Nelly Sulvianna Siregar, Roron Khoiron Anshori Harahap, Suaibatul Aslamiyah, Ningrum Harahap, Taufik Hidayat Hasibuan, Ekhsan Yusuf, Panji Ashari Pasaribu, Sonya Suharni Ritonga, Anggina Putri Siregar, Hany Sarah Piliang, Nurul Hilwani Sormin, Emire Diana Siregar, Juni Siregar, Masreni Harahap, Amrin Riady Daulay, Annisah Siregar, Indah Sari Harahap, Arinda Siregar, Feby Wijayanti Hadi, Rahmad Al-Faruqi Chaniago, Riski Saputra Nasution, Ricco Saputra Harahap, Cai Hasibuan, Gunawan Radsanjani, Bella, rekan rekan Tfcos yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini dan rekan-rekan Ekonomi Syariah 3 Manajemen Bisnis-2, angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
9. Terima kasih kepada rekan terbaik peneliti Mujahidun Hapisni Pane yang turut memberikan motivasi dan mendampingi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Desember 2021
Peneliti

FAHMA MENTARI PANJAITAN
NIM. 16 402 00243

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ’ ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dammah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي.....	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ.....	fathāh dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
اِ.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
اُ.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *tamar butah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathāh, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan

antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan

juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi masalah.....	4
C. Batasan masalah	4
D. Definisi Operasional Variabel	5
E. Rumusan Masalah	6
F. Tujuan penelitian	7
G. Kegunaan penelitian	7
H. Sistematika pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kerangka teori	10
1. Keputusan pembelian.....	10
a. Pengertian keputusan pembelian	10
b. Keputusan pembelian menurut perspektif ekonomi islam.....	11
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	12
d. Indikator-indikator keputusan pembelian.....	13
2. Kualitas pelayanan	14
a. Pengertian Kualitas pelayanan.....	14

b. Dimensi Kualitas pelayanan.....	15
c. Kiat- Kiat Pelayanan Yang Baik	17
d. Kualitas pelayanan dalam Islam.....	17
3. Lokasi.....	19
a. Pengertian lokasi.....	19
b. Pertimbangan pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi .	20
c. Faktor utama yang perlu di perhatikan dalam penentuan lokasi	21
d. Indikator-indikator lokasi :	23
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pikir	24
D. Hipotesis	25
 BAB III METODE PENELITIAN	 27
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
B. Jenis Penelitian.....	27
C. Populasi dan Sampel	27
1. Populasi	27
2. Sampel	28
D. Sumber Data	30
E. Instrumen Pengumpulan Data	30
1. Observasi	31
2. Wawancara	31
3. Kuisisioner.....	31
F. Teknik Analisa Data	33
1. Uji Validitas.....	33
2. Uji Reliabilitas	33
G. Analisa Data.....	34
1. Uji Asumsi Klasik	34
a. Uji Normalitas	34
b. Uji Multikolinearitas.....	34
c. Uji Heterokedasitas	35
2. Analisis Regresi Berganda.....	35
3. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	36
4. Uji Hipotesis (Uji t)	36

5. Uji Hipotesis (Uji F)	37
BAB IV HASIL PENELITIAN/PEMBAHASAN	38
A. Deskripsi Hasil Penelitian	38
1. Sejarah Berdiri Aman Swalayan.....	38
2. Visi Misi	39
3. Struktur organisasi	39
4. Karakteristik Responden Penelitian.....	41
B. Hasil Analisis Data	44
C. Pembahasan Hasil Penelitian	53
D. Keterbatasan Penelitian	57
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran-saran	60
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Definisi operasional variabel.....	5
Tabel II. 1	: Penelitian terdahulu.....	23
Tabel III.1	: Data jumlah Pelanggan Aman Swalayan per 2021	28
Tabel III.2	: Kisi-kisi Angket Variabel Keputusan Pembelian	32
Tabel III.3	: Kisi-kisi Angket Variabel Kualitas Pelayanan	32
Tabel III.4	: Kisi-kisi Angket Variabel Lokasi	32
Tabel III.5	: Tabel intepretasi.....	36
Tabel IV.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel IV.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel IV.3	: Karakteristik Responden Pendidikan	42
Tabel IV.4	: Karakteristik Responden Jenis Pekerjaan.....	43
Tabel IV.5	: Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	44
Tabel IV.6	: Uji Validitas Kualitas Lokasi	44
Tabel IV.7	: Uji Validitas Kualitas Keputusan Pembelian	45
Tabel IV.8	: Uji Reabilitas.....	46
Tabel IV.9	: Uji Deskriptif Statistik.....	46
Tabel IV.10	: Uji Normalitas	47
Tabel IV.11	: Uji Uji Multikolinearitas	48
Tabel IV.12	: Uji Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel IV.13	: Uji Uji Parsial (Uji t).....	50
Tabel IV.14	: Uji Uji Simultan (Uji F)	51
Tabel IV.15	: Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel IV.16	: Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	: Kerangka Pikir	25
Gambar IV.1	: Struktur Organisasi Aman Swalayan.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Angket Penelitian
Lampiran 2	: Tabulasi Data X1 Kualitas Pelayanan
Lampiran 3	: Tabulasi Data X2 Lokasi
Lampiran 4	: Tabulasi Data Y Keputusan Pembelian
Lampiran 5	: Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan
Lampiran 6	: Hasil Uji Validitas Lokasi
Lampiran 7	: Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian
Lampiran 8	: Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan
Lampiran 9	: Hasil Uji Reliabilitas Lokasi
Lampiran 10	: Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian
Lampiran 11	: Hasil Uji Statistik Deskriptif
Lampiran 12	: Hasil Uji Normalitas
Lampiran 13	: Hasil Uji Heteroskedastisitas
Lampiran 14	: Hasil Uji Multikolinieritas
Lampiran 15	: Hasil Analisis linier Berganda
Lampiran 16	: Hasil Uji Hipotesis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bersamaan dengan pertumbuhan era yang selalu jadi modern, perihal ini memunculkan banyak persaingan dalam dunia bisnis perdagangan negeri, tercantum di zona bisnis ritel. Perihal ini nampak dari banyaknya pasar modern yang bermunculan dengan bermacam wujud serta ukuran, dampaknya keberadaan pasar konvensional mulai beralih. Pemasaran grosir, yang mencakup seluruh aktivitas yang berkaitan dengan pemasaran benda serta jasa kepada pelanggan akhir buat digunakan yang bertabiat perorangan serta bukan bidang usaha.

Di masa globalisasi dikala ini, persaingan dalam dunia bisnis terus berlangsung ketat. Perihal ini menuntut tiap industri buat bisa memahami kemauan serta keputusan pelanggannya. Oleh sebab itu, industri wajib sanggup melindungi pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah berasal dari kata *satisfaction* yang berasal dari bahasa latin satis yang artinya cukup baik atau memadai, dan *faction* adalah melakukan atau membuat. Maksud kepuasan pelanggan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Sedangkan menurut Veithzal kepuasan merupakan membandingkan suatu tindakan untuk memaksimalkan tindakan sehingga dapat meminimalkan sebuah persyaratan.¹

¹Veithzal, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*,(Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), hlm. 103

Di sisi lain, pelanggan merupakan seorang yang terus menerus serta kesekian kali tiba ke tempat yang sama buat memuaskan keinginannya dengan mempunyai produk ataupun memperoleh layanan serta membayar buat produk ataupun layanan tersebut.

Kota Padangsidempuan sendiri banyak sekali akses arah menuju kota besar seperti kota Medan, Sibolga, dan Padang (Sumatera Barat) di rute-rute barat Sumatra tentu pergerakan masyarakat sangat padat dan tentu sering melakukan perbelanjaan. Kota Padangsidempuan terdiri banyak sekali minimarket yang cukup banyak, tetapi minimarket ini sendiri selalu bersaing dan berdaya saing tentu kualitas ialah prioritas berarti yang dicermati oleh pelanggan maupun konsumen.

Aman swalayan sendiri terletak pada pusat kota Padangsidempuan ialah kecamatan Padangsidempuan utara pasti dari jumlah masyarakat itu akses serta posisi yang padat determinan ataupun ketetapan dari pelanggan membeli pada tiap minimarket yang terletak pada posisi itu.

Di kota Padangsidempuan ada sebagian minimarket yang lumayan besar serta jumlah konsumen amat banyak. Disisi lain tiap minimarket ini mempunyai karakteristik serta ciri keunikan tiap-tiap minimarketnya supaya konsumen terus menjadi banyak dalam membeli serta mendatangi tempat itu. mulai dari berbagai korting harga, jasa yang baik, mutu produk, banyak orang yang melayani serta posisi merupakan faktor yang penting saat berbelanja tetapi dilihat dari kondisi fasilitas dan dari berbagai arah untuk bisa parkir

pada posisi perbelanjaan itu tentu jadi bahan pertimbangan untuk memilih lokasi perbelanjaan tersebut untuk keputusan pembelian.

Keputusan Merupakan aksi yang dilakukan dengan sebagian estimasi yang dipikirkan dengan cara sadar, keputusan pula diucap sesuatu respon kepada sebagian solusi pengganti yang dicoba dengan cara sadar dengan metode menganalisa kemungkinan- kemungkinan dari alternatif itu bersama konsekuensinya. Tiap keputusan hendak membuat opsi terakhir, bisa berbentuk aksi ataupun pandangan. Itu seluruh berasal ketika kita butuh buat melaksanakan suatu namun tidak ketahui apa yang wajib dilakukan. Keputusan pembelian ialah sesuatu ketetapan pelanggan yang dipengaruhi oleh ekonomi finansial, teknologi, politik, adat, produk, harga, posisi, advertensi, *physical evidence*, people, serta *process*, Akibatnya, melakukan tindakan pada pelanggan untuk mengelola semua data dan menarik kesimpulan berupa tanggapan yang muncul tentang produk apa yang akan dibeli. Lokasi yaitu tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.²

Lokasi Aman swalayan kota Padangsidempuan yang dekat dengan pusat pasar dan akses dari seluruh penjuru arah bisa langsung menuju lokasi tersebut, akan tetapi lokasi yang begitu padat dan susah nya untuk mendapatkan tempat parkir mengakibatkan pelanggan kewalahan dalam hal tersebut. Berdasarkan wawancara pada observasi pelanggan oleh ibu nelly

²Febriano Clinton Polla, *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan SEA*” Jurnal EMBA Vol. 6 No. 4 September 2018, hlm. 3069

mengatakan bahwasanya lokasi aman swalayan ketika berbelanja cukup murah untuk kebutuhan kita sehari hari dengan harga yang bervariasi dan tidak terlalu mahal akan tetapi fasilitas parkir dari lokasi aman swalayan kurang memadai terkadang jikalau macet di siang hari sangat susah untuk menuju ke toko tersebut dikarenakan kepadatan dan kemacetan di sekitar lokasi toko.³

Aman Swalayan yang dimiliki oleh masyarakat luas untuk berbelanja, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global. Berdasarkan latar belakang di atas **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada Aman Swalayan Padangsidimpuan”**.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti mengidentifikasi, beberapa masalah yang muncul dari judul tersebut:

1. Masih terdapat keluhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.
2. Lokasi Aman Swalayan yang kurang strategis mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Masih terdapat keluhan konsumen yang belum sesuai dengan harapan.

C. Batasan masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini dan berfokus pada masalah “Pengaruh

³Wawancara ibu Nelly, 18 September 2021 jam 13.30 WIB

kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada aman swalayan Padangsidempuan.”

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahpahaman istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka akan dibuat definisi operasional variabel dengan menjelaskan beberapa istilah sebagai berikut:

Table I.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian ialah suatu proses pengambilan keputusan dalam Membeli suatu produk yang di mulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif membuat keputusan pembelian dan akhirnya didapatkan perilaku setelah membeli yaitu puas atau tidak puas atas suatu produk yang dibelinya salah satu alternatif atau opsi yang tersedia	1) Kemungkinan membeli tinggi 2) Pertimbangan dalam membeli waktu dekat 3) Ketersediaan membeli tinggi 4) Rekomendasi pembelian dalam waktu dekat 5) Melakukan pembelian ulang. ⁴	Skala Ordinal
2	Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan	1. <i>Reliability</i> (kehandalan) 2. <i>Responsiveness</i>	Skala Ordinal

⁴Haja Avetoe dan Lamidi, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 No. 3 September 2015, hlm. 369

		keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.	(daya tanggap) 3. <i>Assurance</i> (jaminan atau kepastian) 4. <i>Empathy</i> (empati) 5. <i>Tangible</i> (bukti fisik). ⁵	
3.	Lokasi (X ₂)	Lokasi adalah tempat dimana sebuah perusahaan melaksanakan kegiatannya dan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan.	1. Keterjangkauan lokasi 2. Kelancaran akses menuju lokasi 3. Kedekatan lokasi ⁶	Skala Ordinal

Pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian adalah dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Aman Swalayan Padangsidimpuan?

⁵M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 221

⁶Febriano Clinton Polla, dkk. *Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pt. Indomaret manado unit jalan sea*, Jurnal EMBA Vol.6 No.4 September 2018, hlm. 3069

2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Aman Swalayan Padangsidimpuan?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Aman Swalayan Padangsidimpuan?

F. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada aman swalayan padangsidimpuan
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada aman swalayan padangsidimpuan
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada aman swalayan padangsidimpuan.

G. Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dapat dilihat dari dua sudut pandang yakni teoritis dan praktisi. Secara teoritis diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya ilmu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yaitu bagian kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian” Secara praktisi, Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi beberapa pihak yaitu:

- a. Bagi peneliti sendiri sebagai wahana pengembangan wawasan keilmuan dan tugas akhir mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Ilmu Ekonomi Syariah.

- b. Bagi pihak kampus, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengembang keilmuan khususnya di fakultas ekonomi dan bisnis Islam serta sebagai bahan referensi bagi peneliti berikutnya.
- c. Bagi Ekonomi Syariah, Konsentrasi Manajemen Bisnis diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan bahan evaluasi terkait dengan adanya penelitian Kualitas pelayanan dan lokasi.

H. Sistematika pembahasan

Penyusunan serta riset yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aman Swalayan Padangsidempuan**” memakai ejaan yang disempurnakan supaya gampang dibaca serta dimengerti oleh pembaca.

BAB I: Pendahuluan Bab ini terdiri dari latar balik permasalahan, identifikasi permasalahan, definisi permasalahan, definisi operasional variabel, rumusan permasalahan, tujuan riset, khasiat riset.

BAB II: Bab ini mengulas tentang landasan teori, riset terdahulu, kerangka serta hipotesis.

BAB III: Bab ini menerangkan tentang tata cara riset, posisi serta waktu riset, tipe riset, populasi serta ilustrasi. Sumber informasi, instrumen pengumpulan informasi, uji validitas serta reliabilitas instrumen, dan tata cara analisis informasi.

BAB IV: Bagian ini berisi penjelasan tentang hasil- hasil yang diperoleh dalam riset serta pembahasannya yang meliputi penjelasan tentang objek riset, analisis informasi serta ulasan.

BAB V: Bagian ini berisi penjelasan tentang kesimpulan dari hasil riset yang diperoleh dan anjuran buat hasil riset.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka teori

1. Keputusan pembelian

a. Pengertian keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi penilain alternatif membuat keputusan pembelian dan akhirnya didapatkan perilaku setelah membeli yaitu puas atau tidak puas atas suatu produk yang dibeli nya. Keputusan pembelian merupakan realisasi dari perencanaan dan pertimbangan yang mendalam dalam membeli dengan waktu membeli dan cara amembayar.

Menurut Kotler: dikutip dari jurnal Heri Diyan Kurniawan: “Keputusan pembelian ialah tahap proses keputusan dimana beberapa jenis perilaku dalam keputusan pembelian, yang masing-masing perilaku konsumen dipengaruhi oleh kebiasaan, merek, situasi, dan juga banyaknya pilihan alternatif yang ada”.¹

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi finansial, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, dan *process*, sehingga membentuk sikap konsumen untuk mengelola semua

¹Heri Diyan Kurniawan, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*, Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Jurnal Ekobis Dewantara Vol. 1 No. 4 2018, hlm. 74

informasi dan menarik kesimpulan dalam bentuk respon yang tepat. muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut Tjiptono: dikutip dari jurnal, Febrianto Clinton Folla, dkk:

Keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.

5 langkah dalam proses pembelian ini, yaitu:

- 1) Pengenalan Masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) Penilaian alternatif
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Perilaku setelah membeli²

b. Keputusan pembelian menurut perspektif ekonomi islam

Keputusan pembelian menurut Nugroho adalah proses pertimbangan yang mengkombinasi sikap pengevaluasian untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut jual beli yang pada surah An-nisa ayat 29

²Febrianto Clinton Folla, *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan SEA*” Jurnal EMBA Vol. 6 No. 4 September 2018, hlm. 3070

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

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[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.³

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

Ada hal-hal yang perlu di perhatikan dalam pengambilan keputusan pembelian yang dimana sebagai berikut:

1) Faktor Pribadi

- a) Faktor Demografi ini adalah yang berhubungan dengan siap yang terkait dengan pengambilan keputusan tersebut. Faktor ini meliputi karakteristik individual seperti jenis kelamin, usia, ras, suku, bangsa, pendapatan, siklus, kehidupan keluarga dan pekerjaan.⁴
- b) Faktor Situasional merupakan keadaan atau kondisi eksternal yang ketika konsumen membuat keputusan pembelian.

³Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan terjemahan, (Jakarta:Asy Syifa, 1998), hlm. 83

⁴Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2013), hlm.335.

- c) Faktor tingka keterlibatan konsumen ditujukan dengan sejauhmana konsumen mempertimbangkan terlebih dahulu keputusannya.

2) Faktor Psikologis

Adapun faktor psikologis sebagai berikut.

- a) Motif
- b) Persepsi
- c) Kemampuan dan pengetahuan
- d) Sikap
- e) Kepribadian

3) Faktor Sosial

Adapun Faktor Sosial tersebut meliputi:

- a) Peran dan pengaruh keluarga
- b) Kelompok referensi
- c) Kelas sosial
- d) Budaya dan sub budaya⁵

d. Indikator-indikator keputusan pembelian

- 1) Kemungkinan membeli tinggi
- 2) Pertimbangan dalam membeli waktu dekat
- 3) Ketersediaan membeli tinggi
- 4) Rekomendasi pembelian dalam waktu dekat
- 5) Melakukan pembelian ulang

⁵Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 22.

2. Kualitas pelayanan

a. Pengertian Kualitas pelayanan

Kualitas yakni kelebihan yang diharapkan serta pengaturan atas tingkatan kelebihan itu gunaenuhi kemauan konsumen. Kualitas wajib diawali dari keinginan pelanggan serta berasumsi pada anggapan konsumen. Perihal ini berarti kalau pandangan kualitas yang bagus tidaklah bersumber pada ujung penglihatan ataupun anggapan pihak penyedia pelayanan, melainkan bersumber pada ujung penglihatan ataupun anggapan konsumen. Kualitas pelayanan ialah evaluasi atas sepanjang mana sesuatu pelayanan cocok dengan apa yang sepatutnya dikasihkan atau disampaikan.⁶

Menurut Tjiptono dikutip dari jurnal joko bagio santoso yaitu kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Maksud dari definisi diatas adalah bentuk tindakan dari upaya yang dilakukan oleh perusahaan semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan yang prima baik untuk konsumen atau pelanggannya.⁷

Kualitas mempunyai ikatan yang akrab dengan kebahagiaan konsumen. Kualitas membagikan sesuatu stimulus pada konsumen untuk menjalankan hubungan yang kokoh dengan perusahaan. Bila

⁶M. Nur Nasution, *Op Cit.*, hlm. 118.

⁷Joko Bagio Santoso, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Bensu Rawamangun)*, Jurnal Akuntansi dan Manajemen Vol 16 No. 01, April 2019, hlm.130

pelayanan yang diperoleh ataupun dialami cocok dengan yang diharapkan, kualitas pelayanan yang dipersepsikan bagus serta menyenangkan. Bila pelayanan yang diperoleh lebih kecil dari yang diharapkan, kualitas pelayanan dipersepsikan kurang baik. Dengan begitu, bagus tidaknya mutu pelayanan terkait pada keahlian penyedia layanan buat penuhi impian konsumen dengan cara tidak berubah-ubah.⁸

Pelayanan ialah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁹ Kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan.¹⁰

b. Dimensi Kualitas pelayanan

Untuk mencapai Kualitas pelayanan ada beberapa dimensi yang harus dimiliki yaitu:¹¹

1) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan

⁸Etta Mamang Sungadji, *Op Cit.*, hlm. 100.

⁹Fazar Laksana, *Op Cit.*, hlm. 85.

¹⁰Ai Lili Yuliati, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung”, *dalam Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No 2, September 2016, hlm. 266.

¹¹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 221.

kan. Karyawan harus dapat diandalkan oleh pelanggan dalam mengatasi segala masalah yang timbul kepada diri pelanggan.

2) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik. Karyawan harus tanggap dalam membantu pelanggan yang kesulitan.

3) Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan pelanggan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yaitu kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan.

5) Empati (*Empathy*)

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan pelanggan.

c. Kiat- Kiat Pelayanan Yang Baik

Ada beberapa kiat-kiat pelayanan yang baik yaitu sebagai berikut:¹²

- 1) Seluruh bisnis dilayani atau dilaksanakan dengan kilat, teliti, pas serta cermat. Kilat maksudnya durasi jasa tidak sangat lama, janganlah perkenankan klien sangat lama mengantre buat dilayani. Teliti maksudnya janganlah terdapat yang menyimpang dari metode yang berlaku. Pas maksudnya dilayani cocok dengan kemauan klien.
- 2) Senantiasa mencermati keinginan serta kemauan konsumen.
- 3) Legal ramah, santun serta senantiasa menolong konsumen.
- 4) Paham serta sanggup memberikan balasan ataupun uraian atas keluhan kesah ataupun keberatan konsumen, alhasil sanggup memberikan reaksi yang positif pada konsumen.

d. Kualitas pelayanan dalam Islam

Islam mengajarkan bahwa jika ingin berbagi hasil usaha baik berupa benda, pelayanan dan jasa, hendaknya berbagi yang bermakna. Manusia adalah khalifah atau pembawa titipan Allah. Rakyat diberi wewenang untuk melaksanakan kewajiban kekhalifahannya dan untuk memanfaatkan Profit dan faedah jasa, rakyat dapat berangan angan bebas namun akan bertanggung jawab atas kemerdekaan yang baik bagi keseimbangan alam, warga negara, dirinya sendiri atau akhirat. Pertanggungjawaban sebagai seorang mukmin tidak hanya kepada

¹²M Nur Rianto Al Arif dan Dr. Evis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm. 90.

Allah SWT, tetapi juga kepada lingkungan.¹³ Allah berfirman dalam Al-Qur'an surah Al- Ali Imran ayat 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Berdasarkan ayat tersebut, telah dijelaskan bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan. Allah telah membimbing dan menuntun kaum muslimin secara umum, kini tuntutan diarahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sambil menyebutkan sikap lemah lembut Nabi kepada kaum muslimin khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam perang Uhud.¹⁴ Dalam memberikan pelayanan haruslah bersikap lemah lembut terhadap konsumen agar konsumen merasa puas. Jika memberikan pelayanan dengan berlaku keras dan berhati kasar akan menimbulkan ketidaknyamanan, rasa takut, dan tidak percaya bagi konsumen dan akan berpaling ke perusahaan yang lain

¹³Ibid, hlm. 91.

¹⁴M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 309

Dari ayat di atas juga ditafsirkan bahwa orang-orang yang apabila disertai amanat untuk menjaga sikap dan perilakunya terhadap orang lain akan memberikan dampak positif terhadap kita sendiri.

3. Lokasi

a. Pengertian lokasi

Lokasi adalah Keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stan akan ditempatkan, sedangkan menurut fandy tjiptono, indikator lokasi yang harus dipertimbangkan ialah sebagai berikut: akses, visibilitas, tempat parkir yang luas, aman, nyaman dan lingkungan yang mendukung. Indikator lokasi dalam penelitian ini diukur dalam menggunakan skala *likert*.¹⁵

sedangkan pengertian Lokasi dikutip dari jurnal manajemen bisnis oleh maretta ginting adalah tempat atau daerah dimana pedagang menjual dagangannya. Lokasi yang strategis sangat mempengaruhi keberlangsungan sebuah usaha. Lokasi yang strategis membuat konsumen tertarik untuk datang dan memilih melakukan transaksi pembelian di tempat tersebut. Pengusaha harus juga mempertimbangkan untuk selalu melakukan perbaikan lokasi karena lokasi yang baik sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dan pada akhirnya konsumen akan tetap berkunjung ke tempat tersebut.¹⁶

¹⁵Haja Aveto, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, hlm. 369

¹⁶Maretta Ginting, dkk, Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kecamatan Medan Johor), JURNAL MANAJEMEN BISNIS STIE IBBI, Volume 23 No.1 Januari 2015, hlm. 12

Maksud dari lokasi yang benar adalah menyediakan tempat parkir yang dan memberikan lokasi untuk parkir demi kenyamanan dari pelanggan sendiri.

Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha. Alasan bagi keputusan pemilihan lokasi menjadi lebih penting untuk dipertimbangkan, mengingat, semakin banyak nya ritel membuka lokasi yang paling baik, sangat sulit lah untuk didapatkan.

Menurut Ma'ruf dikutip dari jurnal Heri Diyan, suatu gerai yang memiliki lokasi yang tepat cenderung akan lebih sukses dibandingkan versi lainnya yang berada pada lokasi yang kurang strategis, meskipun keduanya memiliki kesamaan atau serupa. Kata lokasi merupakan letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba.

Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lokasi adalah Keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan.¹⁷

b. Pertimbangan pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum

¹⁷Heri Diyan Kurniawan, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*, Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, *Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 1 No. 4 2018, hlm. 74-75

- 2) Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari pinggir jalan dan mudah di jangkau
- 3) Lalu lintas (*Traffic*) dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan yaitu
 - a) Banyaknya orang yang lalu lalang yang memberi peluang terjadinya *impulse buying* (Pembelian Impuls).
 - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman
- 5) Ekspansi, yaitu tersedia tempa yang luas untuk perluasa usaha dikemudian hari.
- 6) Lingkungan yaitu, daerah sekitar yang mendukung jasa yang di tawarkan. Misalnya warung makan, cafe dan lingkungan kompleks tempat permukiman
- 7) Persaingan, yaitu lokasi pesaing misalnya dalam menentukan lokasi.
- 8) Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang tempat reparasi atau tempat. Kendaranan bermotor yang berdekatan dengan permukiman penduduk.

c. Faktor utama yang perlu di perhatikan dalam penentuan lokasi

- 1) Lingkungan masyarakat

Kesediaan masyarakat suatu daerah menerima segala konsekuensi baik positif maupun negatif terhadap perusahaan di daerah tersebut merupakan suatu syarat penting.

2) Kedekatan dengan pasar

Dekat dengan pasar akan membuat suatu perusahaan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para konsumen dan sering mengurangi biaya distribusi.

3) Tenaga kerja

Dimanapun lokasi perusahaan, harus mempunyai tenaga kerja karena itu cukup tersedia tenaga kerja merupakan hal yang mendasar. Bagi banyak perusahaan.

4) Kedekatan dengan bahan mentah supplier

Apabila bahan mentah berat dan susut cukup besar dalam proses produksi, maka perusahaan lebih baik berlokasi dekat dengan bahan mentah.

5) Fasilitas dan biaya transport

Tersedianya transportasi darat melalui darat atau perairan akan memperlancar pengadaan faktor faktor produksi dan penyaluran produksi perusahaan.¹⁸

¹⁸M.Fuad, pengantar bisnis, (Jakarta:Gramedia Pustaka Umum, 2000), hlm. 129

d. Indikator-indikator lokasi adalah sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan lokasi
- 2) Kelancaran akses menuju lokasi
- 3) Kedekatan lokasi

B. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui penelitian ini, peneliti membuat pembandingan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan judul peneliti sebagai berikut:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No .	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
1	Haja avetoe dan lamidi, Jurnal ekonomi dan kewirausahaan, 2018	Pengaruh harga, Kualitas pelayanan dan lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen	Terdapat pengaruh antara harga, dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
2	Ratna ekasari dan Triliana aprilia putri, Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis UMAHA, 2021	Pengaruh Kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen	Terdapat pengaruh persepsi harga secara parsial, sedangkan Kualitas pelayanan dan lokasi tidak terdapat secara parsial terhadap Keputusan konsumen.
3	Febriano, dkk, jurnal EMBA, 2018	Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada PT. Indomaret manado unit jalan Sea	Terdapat pengaruh signifikan antara harga dan lokasi secara parsial sedangkan promosi dan Kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh terhadap Keputusan pembelian.

4	Heri diyan kurniawan, Jurnal Ekobis dewantara, 2018	Pengaruh harga dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian	Terdapat pengaruh Harga secara positif dan signifikan sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
---	---	--	---

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

Haja avetoe dan lamid, Pengaruh harga, Kualitas pelayanan dan lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen yang dimana dalam penelitian ini variabel X1 dan X2 sama sama menggunakan variabel Kualitas pelayanan dan Lokasi, dan perbedaan dalam penelitian ini,

Ratna ekasari dan Triliana aprilia putri membahas Pengaruh Kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen.

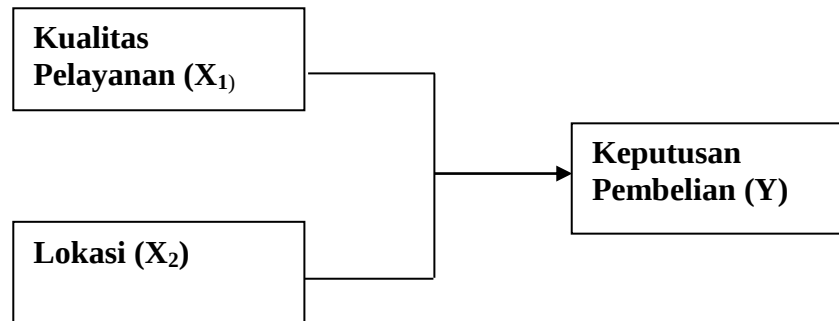
Febriano membahas Pengaruh Kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen.

Heri diyan kurniawan membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap Keputusan pembelian konsumen.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir ini dibuat untuk menjelaskan alur pikir atau hubungan diantara variabel penelitian berdasarkan teori yang ada. Adapun kerangka pikir dari penelitian ini adalah adanya pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Gambar II.1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis ialah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau yang akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Artinya hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan.¹⁹

Berdasarkan hasil kerangka teori dan kerangka pikir maka kesimpulan sementara ialah:

H_{a1} : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

H_{o1} : Tidak terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

H_{o2} : Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian.

H_{o2} : Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian.

¹⁹Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 59,

H_{a3} : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

H_{o3} : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Aman Swalayan Jl. Patrice Lumumba No.15, Kampung Teleng, Wek II, Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara 22711. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan September 2021 sampai dengan Desember 2021.

B. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.¹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh Karakteristik/sifat yang dimiliki oleh

¹Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:Kencana, 2013), hlm. 38.

subyek atau obyek itu.² Adapun yang menjadi populasi adalah sebagai berikut:

Tabel III.1
Data Jumlah Pelanggan Aman Swalayan 2021

Bulan	Jumlah Pelanggan
Januari	1.350
Februari	1.430
Maret	1.565
April	2.350
Mei	2.228
Juni	1.494
Juli	1.532
Agustus	1.355
September	1.481
Oktober	1.754
November	1.527
Desember	-
Jumlah	18.066

Sumber: Aman swalayan, 2021

***Note: Data terbaru Desember belum rampung*

Dilihat dari jumlah data diatas terkadang tidak memungkinkan bagi seorang peneliti mempelajari seluruh populasi karena adanya keterbatasan dana, tenaga, dan waktu.³ jadi dari tabel yang digunakan di atas peneliti hanya mengambil rata-rata dari setiap bulannya dari bulan Januari s.d November 2021 $18.066/11 = 1642,364$ dibulatkan mejadi 1.642 untuk populasinya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan

²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta, 2016), hlm.115

³Ananta Wikrama Tungga dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 79.

dana waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat dibedakan untuk populasi.⁴

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Taro Yamane perkiraan tingkat kesalahannya 10% atau 0,1 dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Tolerir kesalahan sampel (10 %)

Berdasarkan data yang diperoleh dari jumlah pelanggan Aman Swalayan Padangsidimpuan dengan perkiraan tingkat kesalahannya sebesar 10% atau 0,1 maka diperoleh jumlah sampel sebanyak:

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

$$n = \frac{1.642}{1.642 \times 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{1.642}{17,42} = 94,25 \text{ dibulatkan menjadi } 94 \text{ Responden.}$$

Jadi jumlah responden yang diteliti adalah sebanyak 94 orang sampel atau responden. Dengan pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* adalah teknik pengumpulan data sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur anggota yang

⁴Sugiyono, *Opcit.*, hlm 116

akan dipilih menjadi sampel. Teknik penentuan sampel ini adalah meliputi sampel incidental dengan teknik penentuan sampel secara kebetulan/incidental, yaitu orang-orang yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dan cocok untuk dijadikan sampel.⁵

D. Sumber Data

1. Data primer

Data Primer yaitu data yang telah diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, Seperti wawancara atau kuesioner.⁶ Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden pelanggan pada Aman Swalayan Kota Padangsidimpuan baik dalam bentuk pertanyaan maupun pernyataan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dari pihak lain. Terhadap Data sekunder dan juga merupakan data yang telah diperoleh dan dikumpulkan oleh orang yang sedang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang bersumber langsung dari sumber atau objek yang bersangkutan.

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 96.

⁶Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Jakarta: Pranadamedia Group, 2011), hlm. 53.

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan, yaitu kegiatan manusia sehari-hari dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat utamanya. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui kerja panca indera mata dan dibantu oleh panca indera lainnya.⁷

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada responden. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur.

3. Kuisioner

Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk jawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien ketika peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.⁸

Dalam penelitian ini digunakan skala *Likert* memberikan jawaban. Untuk setiap item terdapat 5 pilihan jawaban sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Kurang Setuju (KS)

⁷Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 133.

⁸Husein Umar,, *Metode Penelitian, Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 2013, hlm. 49-51.

4. Setuju (S)

5. Sangat Setuju (SS)

Berdasarkan skala pengukuran di atas dibawah ini tabel kisi-kisi dari angket yang disajikan sebagai berikut

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket Keputusan pembelian

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Keputusan pembelian (Y)	1. Kemungkinan Membeli Tinggi 2. Pertimbangan Dalam Membeli Waktu Dekat 3. Kesiediaan Membeli Tinggi 4. Rekomendasi Pembelian Dalam Waktu Dekat 5. Melakukan Pembelian Ulang	1,2, 3,4 5,6, 7,8, 9,10

Tabel III.3
Kisi-kisi Kualitas pelayanan

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Kualitas pelayanan (X_i)	1. <i>Reliability</i> (Kehandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) 3. <i>Assurance</i> (Jaminan Atau Kepastian) 4. <i>Empathy</i> (Empati) 5. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	1,2 3,4 5,6 7,8, 9,10

Tabel III.4
Kisi-kisi Lokasi

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Lokasi (X₂)	1. keterjangkauan Lokasi 2. kelancaran akses menuju lokasi 3. kedekatan lokasi	1,2, 3,4, 5,6

F. Teknik Analisa Data

Proses analisis data ialah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, angket, dan dokumentasi dengan cara mengumpulkan data ke dalam kategori menjabarkan ke dalam unit-unit melakukan skema, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan di pelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

1. Uji Validitas

Uji validitas untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Teknik untuk mengukur validitas kuesioner yaitu dengan menghitung korelasi antara data pada masing masing pertanyaan dengan skor total dan dianggap valid. Jika signifikan 0.1 bisa juga dengan membandingkan dengan r_{tabel} .

Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ Maka valid.

Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ Maka tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran kemantapan dan konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan hal-hal pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk angket.⁹

⁹*Ibid*, hlm. 72

G. Analisa Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji prasyarat untuk melakukan uji lanjutan yang digunakan dalam perhitungan regresi dalam perhitungan statistik. Untuk melakukan uji normalitas penelitian menggunakan rumus kolmogorov smirnov. Ketentuan dalam penelitian dapat dikatakan berdistribusi normal tidak berdistribusi normal apabila nilai absolut lebih kecil dari level of signifikan, untuk menentukan taraf signifikan pada penelitian yaitu 0,1.¹⁰

b. Uji Multikolinearitas

Buat mengenali apakah model regresi ditemui terdapatnya korelasi antar variabel leluasa. Bila terjalin korelasi, hingga ada permasalahan multikolinearitas yang wajib diatasi. Buat mengetahui terdapat tidaknya multikolinearitas dalam model regresi digunakan matriks korelasi variabel independen yang mempunyai nilai tolerance serta variance inflation factor(VIF) dengan perhitungan memakai program SPSS. Hingga terjalin multikolinearitas, sebaliknya nilai VIF <10 hingga tidak terjalin multikolinearitas, tetapi bila VIF > 10 berarti ada multikolinearitas terhadap pengujian

¹⁰Duwi Priyanto, *Spss 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta : PT. Andi, 2014), hlm.

c. Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas dicoba buat mengenali apakah dalam sesuatu model regresi ada ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Bila varians dari residual pengamatan lain senantiasa, diucap homoskedastisitas, sebaliknya buat varians yang berbeda diucap heteroskedastisitas. Model yang baik merupakan tidak terjalin heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas di uji dengan memakai uji koefisien korelasi *rank spearman* adalah mengkorelasi antara absolute residual hasil regresi dengan seluruh variabel leluasa. Apabila signifikansi hasil korelasi lebih kecil 0,1 (10%) hingga persamaan regresi tersebut memiliki heteroskedastisitas serta kebalikannya.

2. Analisis Regresi Berganda.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang positif dari variabel independen (X1, dan X2,) terhadap variabel dependen (Y) dengan model regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian).

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

e = Standard error

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Lokasi

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui Sumbangan atau kontribusi seluruh variabel independen (X) terhadap Variabel Dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel independen yang tidak dimasukkan dalam model. Model dikatakan baik jika koefisien determinasinya sama dengan atau sama dengan atau mendekati satu. Nilai terkecil koefisien determinasi adalah nol dan sebesar satu sehingga dinyatakan $0 \leq R \leq 1$.

Tabel III. 5
Kriteria Memberikan Interpretasi
Terhadap Koefisien Kolerasi¹¹

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-0,100	Sangat Kuat

4. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t merupakan statistik uji yang seringkali ditemui dalam masalah-masalah praktis statistik. Uji (t) digunakan untuk mengetahui apakah berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pengujian ini menggunakan tingkat signifikan 0,1 kriteria:

Keterangan:

¹¹Sugiyono, *Op Cit.*, hlm. 250

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dan Keputusan pembelian.

5. Uji Hipotesis (Uji F)

Uji f dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel *independen* secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel *dependen* secara signifikan. Kriteria pengujiannya dalam penelitian ini Adalah sebagai berikut:¹²

1. Apabila nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (0,1).
2. Apabila nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (0,1).

¹²Priyatno, hlm. 63-64

BAB IV

HASIL PENELITIAN/PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Sejarah Berdiri Aman Swalayan

Pada dahulunya aman swalayan di bentuk pada tahun 1965, Aman Swalayan ini pada dahulunya belum bergerak dibidang swalayan akan tetapi bergerak dibagian grosir. Seiring perkembangan waktu yang dahulunya yang dahulunya grosir ini sangat berkembang pada zaman itu. Hampir aman swalayan pada dahulunya banyak dikunjungi oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan pribadi ataupun kebutuhan pokok.

Jadi aman swalayan pada masa itu sangan banyak pendapatan dan karyawannya sejahtera. Akan tetapi di samping itu terjadi beberapa masalah bermunculan seperti kehilangan barang, karyawan banyak banyak yang menokohi barang yang ada di grosir. Untuk Aman Swalayan yang sekarang itu berdiri pada 16 Oktober 2011 untuk bentuk yang lebih modren dan fasilitas yang memadai.

Keputusan ini di buat berdasarkan musyawarah keluarga. Aman Swalayan beralamat di Patrice Lumumba No 15 Kampung Teleng, Wek II Kota Padangsidempuan. Swalayan ini menyediakan berbagai macam produk mulai dari makana ringan, minuman kemasan, aneka kue, kosmetik, perlengkapan bayi, dan perlengkapan rumah tangga.¹

¹Wawancara dengan ibu Suhli *Supervisor Aman Swalayan*, selasa 16 Desember 2021, Jam. 16.20 WIB.

2. Visi Misi

a. Visi

Memberikan kepuasan kepada konsumen

b. Misi

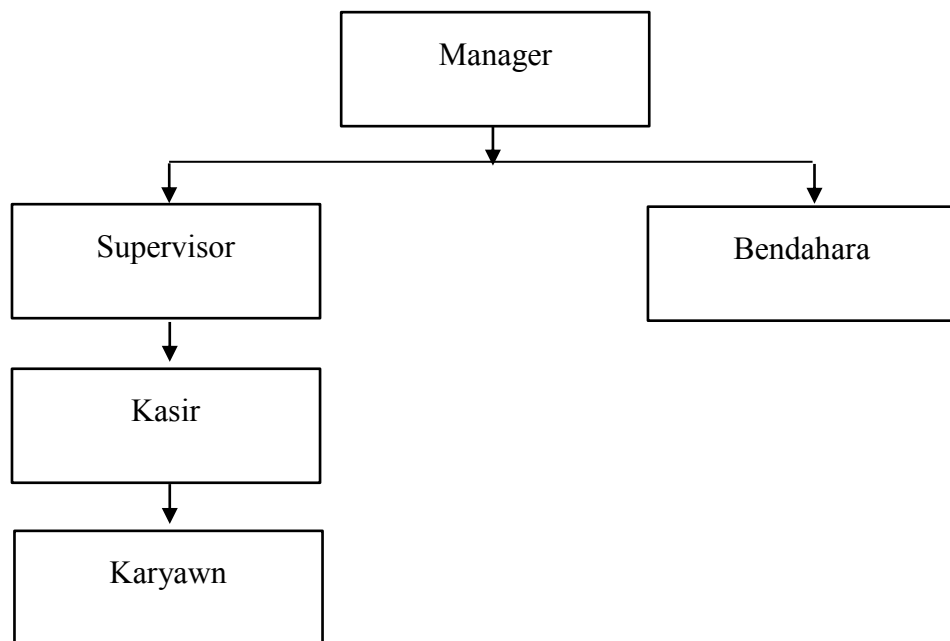
- 1) Memberikan Training kepada karyawan mampu bekerja sama dengan tim dengan baik mengusahakan dengan tim yang baik
- 2) Mengusahakan untuk tetap menjaga kebersihan dan kerapian toko
- 3) Menganalisis tawaran harga dari kompetitor untuk menjadi pertimbangan penawaran harga.⁴⁰

3. Struktur organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana dengan memperlihatkan gambaran satuan – satuan kerja dalam suatu organisasi dan menjelaskan hubungan yang ada untuk membantu kepemimpinan dalam mengidentifikasi, mengkoordinasi tingkat-tingkat dalam seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi.

²Wawancara dengan ibu Suhli *Supervisor Aman Swalayan*, Selasa 21 Desember 2021, Jam. 16.20 WIB.

Gambar IV.17
Struktur organisasi Aman Swalayan



Sumber: Wawancara dengan ibu Suhli, Supervisor Aman Swalayan

4. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden berkaitan dengan identitas responden yang dijadikan sampel penelitian. Dalam karakteristik responden penelitian Berjumlah 94 Responden.

Kemudian dalam karakteristik responden yang dimaksud adalah berdasarkan Jenis kelamin, usia, pendidikan, Jenis pekerjaan. Hal ini dapat diuraikan melalui pembahasan berikut:

a) Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan jenis kelamin responden yaitu laki-laki dan perempuan. Hal ini dapat disajikan melalui tabel berikut:

Tabel IV.1
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	33	35,1
2	Perempuan	61	64,9
Total		94 Orang	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data ,2021.

Berdasarkan tabel IV.1 menunjukkan hasil responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit lebih sedikit daripada Perempuan dengan Persentase 64,9%. Sedangkan Responden laki-laki sebanyak 35,1%. Artinya Laki-laki lebih sedikit berbelanja dalam memenuhi kebutuhan pribadi dan kebutuhan rumah tangga pada aman swalayan setiap kali belanja.

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan umur atau usia yang dijadikan sampel penelitian. Berikut ini disajikan karakteristik responden berdasarkan Usia pada tabel IV.2 berikut:

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

NO	Usia Responden	Jumlah	Persentase
1	<20	9	9,6
2	21-30	51	54,3
3	31-40	28	29,8
4	41>	6	6,4
Total		94 Orang	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2021

Berdasarkan tabel IV.2 hasil pengolahan data di atas menunjukkan bahwa jumlah responden berusia <20 berjumlah 9 orang dengan persentase 9,6%. Kemudian yang berusia 21-30 tahun yaitu 51 orang dengan persentase 54,3%. Kemudian responden berusia 31-40 tahun yaitu 28 orang persentase 29,8%. Selanjutnya responden berusia 41> yaitu 6 orang dengan persentase 6,4%.

c) Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan menguraikan responden berdasarkan Pendidikan. Oleh karena itu akan disajikan karakteristik responden berdasarkan tabel IV.3 berikut:

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Pendidikan

NO	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMP/SMA	54	57,4
2	DIII/S1	36	38,3

3	S2	4	4,3
Total		94 orang	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2021

Berdasarkan tabel IV.3 menguraikan karakteristik responden menurut Pendidikan yang menunjukkan bahwa pendidikan responden didominasi Oleh Responden tingkat pendidikan SMP/SMA yaitu 54 orang dengan persentase 71,4%. Pendidikan lainnya yaitu, DIII/S1 berjumlah 36 orang persentase 38,3%. Kemudian responden dengan Pendidikan S2 berjumlah 4 Orang dengan persentase 4,3%.

d) Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan menguraikan responden berdasarkan jenis pekerjaan oleh responden. Oleh karena itu akan disajikan karakteristik responden berdasarkan tabel IV.4 berikut

Tabel IV.4
Karakteristik Responden Jenis Pekerjaan

NO	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	30	31.9
2	Pegawai/Karyawan	17	18.1
3	IRT	13	13.8
4	PNS/TNI	12	12.8
5	Lainnya	22	23.4
Jumlah		94 orang	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.4 menguraikan karakteristik responden menurut Jenis pekerjaan Pelajar/Mahasiswa berjumlah 30 orang dengan persentase 31,9%, Pegawai/Karyawan berjumlah 17 orang, dengan persentase 18,1%, kemudian IRT berjumlah 13 orang, dengan persentase 13,8% dan

PNS/TNI berjumlah 12 orang dengan persentase 12,8 orang dan yang terakhir atau sisanya berjumlah 22 orang dengan persentase 23,4%.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel IV.5
Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,452	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 94$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1707$	Valid
Item2	0,654		Valid
Item3	0,563		Valid
Item4	0,724		Valid
Item5	0,664		Valid
Item6	0,738		Valid
Item7	0,668		Valid
Item8	0,646		Valid
Item9	0,745		Valid
Item10	0,484		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Dari hasil uji validitas kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 10 adalah valid. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 94 - 2 = 92$ adalah 0,1707.

Tabel IV.6
Uji Validitas Lokasi

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,683	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 94$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1707$	Valid
Item2	0,828		Valid
Item3	0,465		Valid
Item4	0,771		Valid

Item5	0,630		Valid
Item6	0,334		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2021.

Dari hasil uji validitas lokasi dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 6 adalah valid. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 94 - 2 = 92$ adalah 0,1707.

Tabel IV.7
Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item1	0,546	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 94$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1707$	Valid
Item2	0,726		Valid
Item3	0,687		Valid
Item4	0,725		Valid
Item5	0,177		Valid
Item6	0,594		Valid
Item 7	0,674		Valid
Item 8	0,704		Valid
Item 9	0,580		Valid
Item 10	0,410		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2021.

Berdasarkan hasil uji validitas Keputusan Pembelian dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1 sampai dengan 10 adalah valid. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 94 - 2 = 92$ adalah 0,1707. Sedangkan untuk item 10 tidak valid dengan nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan $n = 94 - 2 = 92$ adalah 0,1707.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji Reliabilitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.8
Uji Reabilitas

NO.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Kualitas pelayanan	0,835	Reliabel
2	Lokasi	0,685	Reliabel
3	Keputusan Pembelian	0,801	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021.

Berdasarkan uji reliabilitas dari hasil output SPSS diatas menunjukan bahwa *Cronbach's alpha* untuk variabel kualitas pelayanan yaitu $0,835 > 0,60$. Artinya variabel kualitas pelayanan dapat dikatakan *reliable*. Sedangkan variabel lokasi yaitu $0,685 > 0,60$. Dan kemudian untuk keputusan pembelian dengan *Cronbach's Alpha* $0,750 > 0,60$ artinya keputusan pembelian reliabel.

3. Uji Deskriptif

Hasil uji Deskriptif yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.9
Uji Deskriptif Statistik

Statistics				
		X ₁	X ₂	Y
N	Valid	94	94	94
	Missing	0	0	0
Mean		42.37	24.05	43.01
Std. Deviation		5.226	3.160	4.322
Minimum		21	13	25

Maximum	50	30	50
---------	----	----	----

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2021

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa nilai yang paling minimum yang terletak pada variabel X_1 Kualitas pelayanan nilai minimum yaitu 21, dan nilai tertinggi 50, sedangkan nilai mean (rata-rata) yaitu 42,37. Selanjutnya variabel X_2 Lokasi dengan nilai minimum 13, maksimum ada 30, dan untuk rata rata mean 24,05. Dan variabel Y keputusan pembelian nilai minimum yaitu 25, nilai maksimum yaitu 50, dan nilai Mean (Rata-rata) yaitu 43,01.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Hasil uji Normalitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.08885188
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.066
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.165 ^c

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan nilai tabel yang ada diatas nilai signifikansinya $> 0,1$ maka distribusinya Normal, nilai signifikasninya $0,165 > 0,1$ memenuhi asumsi normalitas.

a. Uji Multikolinearitas

Hasil uji Multikolinearitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.11
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X ₁	.657	1.522
	X ₂	.657	1.522
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2021

Berdasarkan tabel di atas nilai VIF untuk variabel X1 Kualitas pelayanan ialah $1,522 < 10,00$, dan X2 Lokasi ialah $1,522 < 10,00$ Sehingga dapat disimpulkan nilai VIF dari tabel diatas lebih kecil dari 10,00 ($VIF < 10,00$).

Sementara itu nilai *Tolerance* untuk variabel Kualitas pelayanan adalah $0,657 > 0,10$, dan X2 Lokasi $0,657 > 0,10$. Jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari kedua variabel adalah lebih besar dari 0,10 (*Tolerance* $> 0,10$). Berdasarkan penilaian diatas dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

b. Uji heteroskedastisitas

Hasil uji Heteroskedastisitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.12
Uji Heteroskedastisitas

Correlations					
			X ₁	X ₂	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.574**	.079
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.448
		N	94	94	94
	X2	Correlation Coefficient	.574**	1.000	.032
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.759
		N	94	94	94
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.079	.032	1.000
		Sig. (2-tailed)	.448	.759	.
		N	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2021

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa Variabel X₁ Kualitas Pelayanan, X₂ Lokasi dan mempunyai nilai Signifikan lebih besar dari 0,1 dengan nilai X₁ 0,448 > 0,1 dan X₂ 0,759 > 0,1 artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Masalah heteroskedastisitas.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel kualitas pelayanan dan Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian.

Adapun hasil sebagai berikut:

Tabel IV.13
Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.403	2.898		4.279	.000
	X1	.182	.095	.202	1.925	.057
	X2	.652	.155	.443	4.220	.000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2021

Berdasarkan hasil uji parsial di atas, dapat diketahui bahwa jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya terdapat pengaruh variabel independent terhadap Variabel dependen dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen yang diperoleh dengan rumus $df = n-k-1$ atau $94-2-1= 91$ sebesar 1,66256. Dengan nilai sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1,925 > 1,66256$ artinya adanya pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian.

- 2) Lokasi dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,356 > 1,66256$ artinya terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.

Jadi dapat disimpulkan variabel X1 kualitas pelayanan terdapat pengaruh terhadap Keputusan Pembelian sedangkan variabel X2 Lokasi terdapat pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.

6. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk menguji pengaruh dari keseluruhan variabel dependent terhadap variabel independen.

Tabel IV.14
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	807.273	2	403.637	23.624	.000 ^b
	Residual	1554.840	91	17.086		
	Total	2362.113	93			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 23,624, Sedangkan F_{tabel} diperoleh dari rumus $df=n-k-1$ atau $94-2-1=91$ yaitu sebesar 2,15, dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ artinya terdapat pengaruh antara Kualitas pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian secara simultan.

7. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel IV.15
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.403	2.898		4.279	.000
	X1	.182	.095	.202	1.925	.057
	X2	.652	.155	.443	4.220	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2021

Berdasarkan uji hasil regresi linier Berganda pada tabel di atas, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$\text{KP} = 12,403 + 0,182\text{KPI} + 0,652\text{Lk} + 2,898$$

Dan persamaan regresi di atas dapat di artikan bahwa:

- Nilai konstan adalah sebesar 12,403 artinya jika variabel Kualitas Pelayanan (KPI), Lokasi (Lk) nilai 0, maka Keputusan Pembelian (KP) nilainya 12,403.
- Nilai Koefisien Kualitas pelayanan adalah sebesar 0,182 artinya apabila variabel Kualitas pelayanan (KPI), ditambah 1 satuan maka variabel Keputusan Pembelian (KK) naik sebesar 0,182 satuan dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan atau nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Kualitas pelayanan dengan Keputusan Pembelian.
- Nilai Koefisien Lokasi adalah sebesar 0,652 artinya apabila variabel Lokasi (Lk) ditambah 1 satuan maka variabel Lokasi naik sebesar 0,652 satuan dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami

perubahan atau nilainya tetap. Koefisien bernilai Positif artinya terjadi hubungan Positif antara Lokasi (Lk) dengan Keputusan Pembelian.

8. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV.16
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.342	.327	4.133540
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Hasil Pengolahan Data , 2021

Berdasarkan tabel diatas hasil koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,585 artinya kolerasi antara variabel Kualitas pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian terjadi hubungan Kuat. Nilai R^2 sebesar 0,342 artinya variabel Kualitas pelayanan, Lokasi mampu menjelaskan variabel dependen Sebesar 34,2%. Sedangkan 65,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian yang tidak dilakukan oleh peneliti.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul **“Pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada Aman swalayan padangsidimpuan”** dengan jumlah Responden 94 Orang. Hasil peneliti ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sedangkan Lokasi, berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan pembahasan sebagai berikut:

a. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Aman swalayan padangsidiempuan.

Sebuah kinerja harus mengalami fluktuatif berdasarkan kondisi dan situasi yang turut mempengaruhinya. Ketika kinerja dan pelayanan suatu perusahaan mengalami kenaikan maka pengaruh pada profit perusahaan maka mengalami kenaikan maka pengaruh pada profit perusahaan juga akan terjadi peningkatan, dan begitu juga pada saat kinerja perusahaan mengalami kemunduran maka ini akan berakibat pada penurunan profit perusahaan. Kondisi kinerja yang fluktuatif tersebut sangat memungkinkan dipengaruhi berbagai kejadian pada sisi internal dan eksternal terutama pada kualitas pelayanan itu sendiri.

Dalam manajemen kepemimpinan, semua ini harus mendapat perhatian serius dari pimpinan. Bahkan keterlibatan pemimpin ikut serta mempengaruhi kondisi fluktuatif, dimana keputusan yang dilakukan pemimpin dianggap tidak mampu memberikan kondisi yang stabil baik .

Menurut Tjiptono dikutip dari jurnal joko bagio santoso yaitu kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Persamaan Regresi yang terbentuk dalam penelitian ini adalah:

$$KP = 12,403 + 0,182KPI + 0,652Lk + 2,898$$

Berdasarkan hasil uji t (Parsial) yang dilakukan peneliti variabel Kualitas pelayanan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1,925 > 1,66256$ maka H_a

diterima H_0 ditolak artinya Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh ratna ekasari dan triliansa aprilia putri penelitian yang dilakukan sejalan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 1,473 < t_{tabel}$ sebesar 2,01410.

Bedahalnya yang dilakukan oleh Haja Avetoe, sejalan dengan hasil penelitian bahwasanya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} t = 2,899$ dan signifikansinya $< 0,05$ ($0,005 < 0,05$), artinya hipotesis dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima.

b. Pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian pada aman swalayan padangsidiimpulan.

Lokasi yaitu Menurut ma'ruf dikutip dari jurnal heri diyan, suatu gerai yang memiliki lokasi yang tepat cenderung akan lebih sukses dibandingkan versi lainnya yang berada pada lokasi yang kurang strategis, meskipun keduanya memiliki kesamaan atau serupa.

Persamaan Regresi yang terbentuk dalam penelitian ini adalah:

$$KP = 12,403 + 0,182KPI + 0,652Lk + 2,898$$

Berdasarkan uji t untuk variabel Lokasi (X_2) $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1,925 > 1,66256$ H_0 ditolak H_a diterima artinya Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriano Clinton Polla menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dimana $t_{hitung} 2.789 < t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$ jadi dapat disimpulkan pada variable lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Bedahalnya dengan dilakukan oleh ratna ekasari dan triliansa aprilia putri penelitian yang dilakukan tidak sejalan variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} 1,428 < t_{tabel}$ sebesar 2,01410. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.

c. Pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap keputusan pembelian pada aman swalayan padangsidimpuan.

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan jadi kedua komponen ini saling keterkaitan apalagi yang berhubungan dengan pelayanan sebagai faktor penentu konsumen untuk datang kembali berkunjung sehingga apa yang dicita-citakan oleh perusahaan tercapai. Disamping kualitas pelayanan yang bagus ada baiknya sebagai penyedia

atau produsen kebutuhan pokok misalnya swalayan agar memberikan fasilitas yang memadai seperti lokasi yang nyaman dan strategis ini adalah salah satu faktor penentu untuk mengunjungi toko swalayan tersebut.

Berdasarkan nilai F_{hitung} sebesar 23,668, Sedangkan F_{tabel} diperoleh dari rumus $df=n-k-1$ atau $94-2-1=91$ yaitu sebesar 2,15, dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ artinya terdapat pengaruh antara Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian secara simultan. Artinya hipotesis diterima dan dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama pengaruh Kualitas pelayanan, Lokasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada aman swalayan padangsidimpun.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, diantaranya:

- a. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selain variabel Kualitas pelayanan, Lokasi terdapat variabel lain yang dapat memengaruhi Keputusan Pembelian. Kualitas pelayanan, Lokasi memberikan sumbangan sebesar 34,2% terhadap Keputusan Pembelian pada aman swalayan padangsidimpun, sedangkan 65,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.
- b. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran dan integrasi para responden dalam menjawab pernyataan yang diberikan.
- c. Keterbatasan tempat penelitian, dimana peneliti hanya bisa meneliti pada aman swalayan yang menjadi konsumen.

Dari banyaknya keterbatasan penelitian ini peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian. Dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh Pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, terhadap keputusan pembelian pada aman swalayan padangsidimpun secara parsial, yang dibuktikan dengan $t_{hitung} 1,925 > t_{tabel} 1,66256$
2. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa terdapat Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada aman swalayan Padangsidimpun secara parsial, yang dibuktikan dengan bahwa $t_{hitung} 4,220 < t_{tabel} 1,66256$
3. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa terdapat Pengaruh Kualitas pelayanan, Lokasi dan kedisiplinan terhadap Keputusan Pembelian di Aman Swalayan Kota Padangsidimpun, yang dibuktikan dengan $F_{hitung} 23,624 > F_{tabel} 2,15$.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran, yaitu:

1. Bagi karyawan aman swalayan diharapkan tetap mempertahankan kinerjanya dan pelayanan yang prima terhadap hasil produk yang dijual.
2. untuk peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti pengaruh pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi yang sudah dimuat dalam penelitian ini agar menambahkan variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian. Agar terlihat perbedaan dari hasil penelitian yang akan diteliti nantinya.
3. Aman Swalayan agar selalu memperhatikan Kualitas pelayanan, Lokasi guna tercipta terhadap karyawannya yang menghargai waktu untuk bekerja, dan tentu bisa membuat para karyawan lebih produktif dan terjaga kualitas untuk bekerja. Dan semakin giat demi meningkatnya jumlah pelanggan dari perusahaan itu sendiri dalam jangka panjang kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ai Lili Yuliati, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung”, *dalam Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No 2, September 2016, hlm. 266.
- Ananta Wikrama Tungga dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 79.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 133.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahan*, (Jakarta:Asy Syifa, 1998), hlm. 83
- Duwi Priyanto, *Spss 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta : PT. Andi, 2014), hlm. 69
- Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka, 2010) , hlm. 14-15.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2013), hlm.335.
- Febriano Clinton Polla, *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelyanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan SEA”* Jurnal EMBA Vol. 6 No. 4 September 2018, hlm. 3069
- Haja Aveto, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta*, hlm. 369
- Heri Diyan Kurniawan, *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian, Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Jurnal Ekobis Dewantara* Vol. 1 No. 4 2018, hlm. 74
- Husein Umar,, *Metode Penelitian, Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), 2013, hlm. 49-51.
- Joko Bagio Santoso, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)*, Jurnal Akuntansi dan Manajemen Vol 16 No. 01, April 2019, hlm.130
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Jakarta: Pranadamedia Group, 2011), hlm. 53.
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 309
- M Nur Rianto Al Arif dan Dr. Evis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi:Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hlm. 90.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 221.
- M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 221
- M.Fuad, *pengantar bisnis*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Umum, 2000), hlm. 129

Maretta Ginting, dkk, *Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Tradisional Di Kecamatan Medan Johor)*, JURNAL MANAJEMEN BISNIS STIE IBBI, Volume 23 No.1 Januari 2015, hlm. 12

Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 59,

Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 22.

Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 96.

_____, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta, 2016), hlm.115

Veithzal, *Kepemimpinan Dan Perilaku Oraganisasi*,(Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), hlm. 103

Wawancara dengan Ibu Suhli *Supervisor Aman Swalayan*, selasa 16 Desember 2021, Jam. 16.20 WIB.

Wawancara Ibu Nelly, 18 September 2021 jam 13.30 WIB

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama : **FAHMA MENTARI PANJAITAN**
Nim : 16 402 00243
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 6 dari 6 bersaudara
Tempat/ Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 20 Desember 1997
Alamat : Padangsidempuan
Agama : Islam
No. Hp : 0821-6096-5055
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

B. NAMA ORANG TUA

Nama Ayah : Alm. H. Mhd Anwar Panjaitan
Nama Ibu : Hj. Masdewani Harahap
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Jln. Kenanga Gg. Bunga No. 8 Padangsidempuan

C. PENDIDIKAN

Tahun 2004-2010 : SDN 200208/21 Padangsidempuan
Tahun 2010-2013 : SMP Negeri 2 Padangsidempuan
Tahun 2013-2016 : SMA Negeri 3 Padangsidempuan
Tahun 2016-2021 : Insitut Agama Islam Negeri Padangsidempuan

Motto Hidup : Berdoa dan Ikhtiar

Tabulasi Angket Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

NO.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
1	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
2	5	3	1	3	4	4	5	4	4	1	34
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47
5	3	5	3	3	4	2	5	4	2	3	34
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
7	5	3	3	4	5	3	4	5	3	3	38
8	5	3	3	4	4	3	4	4	3	3	36
9	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	46
10	4	2	2	3	1	2	2	1	2	2	21
11	5	4	3	3	5	5	5	5	5	3	43
12	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
13	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
14	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	3	5	2	4	1	1	4	1	5	30
17	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	44
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	5	4	5	4	5	1	2	5	1	5	37
21	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	42
22	5	5	5	5	5	3	4	5	3	5	45
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	39
25	5	4	5	4	5	1	4	5	1	4	38
26	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46
27	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47
28	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47
29	4	3	5	2	5	1	1	5	1	5	32
30	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	4	3	5	3	4	3	5	4	3	5	39
33	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	44
34	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35
35	5	2	4	5	5	4	4	5	4	4	42
36	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	38
37	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	44

77	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
78	5	5	3	5	5	4	5	5	4	3	44
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	44
81	5	4	2	3	5	4	4	5	4	2	38
82	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	46
83	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
84	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	39
85	5	3	5	3	4	4	5	4	4	5	42
86	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
87	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	40
88	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	44
89	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47
90	2	2	2	2	2	4	4	4	4	5	31
91	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	42
92	4	5	4	4	5	5	4	5	5	2	43
93	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47
94	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	45
Σ	Total										3983

Tabulasi Angket Variabel Lokasi (X2)

NO.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	5	5	5	5	5	4	29
2	5	4	5	4	3	4	25
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	5	4	28
5	2	3	5	3	2	4	19
6	4	4	4	4	4	4	24
7	2	3	4	3	5	5	22
8	3	4	5	4	3	4	23
9	3	3	4	3	5	4	22
10	2	2	4	2	2	4	16
11	2	4	4	4	5	5	24
12	4	4	5	4	5	5	27
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	5	4	5	4	26
15	4	4	4	4	4	5	25
16	5	3	4	3	4	5	24
17	4	5	5	5	4	5	28
18	4	5	5	5	5	2	26
19	4	4	4	4	4	5	25
20	4	4	4	4	3	5	24
21	2	4	5	4	5	4	24
22	4	4	4	4	3	4	23
23	5	5	5	5	5	4	29
24	4	3	4	3	4	4	22
25	4	4	4	4	4	2	22
26	5	4	5	4	5	5	28
27	5	5	5	5	5	4	29
28	5	4	5	4	5	4	27
29	4	2	4	4	3	3	20
30	4	4	5	4	5	4	26
31	5	5	5	5	5	4	29
32	2	4	5	4	2	3	20
33	3	2	4	2	4	3	18
34	2	3	4	3	3	3	18
35	2	1	3	1	2	4	13
36	4	2	5	5	3	4	23
37	4	4	4	4	4	4	24

38	4	4	5	4	4	3	24
39	5	5	5	5	5	4	29
40	3	2	4	2	3	4	18
41	5	5	4	5	4	4	27
42	2	3	5	3	5	3	21
43	3	4	4	4	4	4	23
44	4	3	3	5	4	4	23
45	5	4	2	5	5	4	25
46	4	4	4	4	5	4	25
47	4	3	3	3	5	4	22
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	5	4	4	25
50	4	4	5	4	4	5	26
51	3	4	5	4	3	5	24
52	5	4	4	4	5	5	27
53	4	4	4	4	4	2	22
54	5	2	4	2	2	5	20
55	5	5	5	5	5	5	30
56	4	4	4	4	4	2	22
57	3	4	4	4	5	5	25
58	4	3	5	3	2	4	21
59	4	4	4	4	5	4	25
60	4	4	4	4	4	3	23
61	1	3	4	3	5	4	20
62	2	3	2	3	4	4	18
63	3	3	5	4	3	3	21
64	4	4	4	4	4	3	23
65	5	4	5	4	4	3	25
66	2	4	5	4	3	4	22
67	5	3	2	4	3	4	21
68	4	4	4	4	3	4	23
69	5	4	5	4	5	3	26
70	4	4	4	4	4	4	24
71	3	3	4	5	4	4	23
72	3	3	4	5	5	4	24
73	4	4	5	4	5	3	25
74	3	3	4	5	5	4	24
75	2	4	5	4	3	4	22
76	5	5	5	5	5	4	29

77	5	5	5	5	4	4	28
78	4	4	5	4	5	4	26
79	4	4	4	4	4	4	24
80	5	4	5	4	4	5	27
81	4	4	5	4	3	5	25
82	5	4	5	4	5	5	28
83	4	4	4	3	4	2	21
84	4	4	4	5	5	5	27
85	4	4	4	4	5	5	26
86	4	5	5	5	4	5	28
87	4	4	4	5	2	4	23
88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	5	5	5	5	5	29
90	4	4	4	5	2	4	23
91	4	4	4	4	4	3	23
92	4	5	4	4	4	4	25
93	4	5	4	4	4	4	25
94	5	5	5	5	5	3	28
Σ	Total						2261

Tabulasi Angket Variabel Keputusan Pembelian (Y)

NO.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
1	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
2	2	3	3	5	5	5	3	5	5	5	41
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
7	4	4	4	2	4	4	4	2	4	3	35
8	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	45
9	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	45
10	2	2	2	2	4	4	2	2	4	1	25
11	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	40
12	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46
13	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
14	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	43
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
16	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	47
17	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45
18	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	47
19	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
20	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
21	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
22	3	4	2	4	4	4	2	4	4	5	36
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	3	2	3	4	5	4	3	4	4	5	37
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
26	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
27	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	44
30	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
33	5	4	5	3	5	4	5	3	4	5	43
34	4	4	4	2	5	4	4	2	4	5	38
35	4	4	4	1	4	3	4	1	3	5	33
36	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	44
37	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42

[illegible]

77	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	46
78	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	46
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
80	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	46
81	2	4	3	4	5	5	3	4	5	5	40
82	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	46
83	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	44
84	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	43
85	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	44
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
87	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	39
88	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
89	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	45
90	4	4	5	4	5	4	5	2	4	4	41
91	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	40
92	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	43
93	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	45
94	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	47
Σ	Total										4043

METODE SUCCESIVE INDEKS (MSI)

NO.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
1	4.138	4.321	4.680	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	33.558
2	4.138	2.081	1.000	1.824	2.954	2.833	4.147	2.885	2.803	1.000	25.666
3	2.610	3.103	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	4.660	30.807
4	4.138	3.103	3.353	4.114	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	3.339	39.317
5	1.600	4.321	2.315	1.824	2.954	1.551	4.147	2.885	1.551	2.315	25.462
6	4.138	3.103	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	31.013
7	4.138	2.081	2.315	2.821	4.425	1.891	2.784	4.408	1.867	2.315	29.045
8	4.138	2.081	2.315	2.821	2.954	1.891	2.784	2.885	1.867	2.315	26.050
9	4.138	4.321	3.353	4.114	4.425	2.833	4.147	4.408	2.803	3.339	37.880
10	2.610	1.000	1.687	1.824	1.000	1.551	1.518	1.000	1.551	1.687	15.427
11	4.138	3.103	2.315	1.824	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	2.315	34.965
12	4.138	4.321	4.680	4.114	4.425	2.833	4.147	4.408	2.803	4.660	40.530
13	4.138	4.321	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	32.231
14	4.138	3.103	3.353	2.821	4.425	2.833	2.784	4.408	2.803	3.339	34.007
15	2.610	3.103	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	29.485
16	2.610	2.081	4.680	1.000	2.954	1.000	1.000	2.885	1.000	4.660	23.871
17	2.610	4.321	3.353	2.821	4.425	2.833	4.147	4.408	2.803	3.339	35.060
18	4.138	4.321	4.680	4.114	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	4.660	43.184
19	2.610	3.103	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	29.485
20	4.138	3.103	4.680	2.821	4.425	1.000	1.518	4.408	1.000	4.660	31.754
21	2.610	2.081	3.353	2.821	2.954	4.156	4.147	2.885	4.135	3.339	32.480
22	4.138	4.321	4.680	4.114	4.425	1.891	2.784	4.408	1.867	4.660	37.288
23	4.138	4.321	4.680	4.114	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	4.660	43.184
24	4.138	3.103	2.315	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	2.315	28.951
25	4.138	3.103	4.680	2.821	4.425	1.000	2.784	4.408	1.000	3.339	31.698
26	4.138	4.321	4.680	4.114	2.954	2.833	4.147	2.885	2.803	4.660	37.535
27	4.138	3.103	3.353	4.114	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	3.339	39.317
28	4.138	3.103	3.353	4.114	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	3.339	39.317
29	2.610	2.081	4.680	1.000	4.425	1.000	1.000	4.408	1.000	4.660	26.866
30	4.138	4.321	4.680	4.114	4.425	2.833	4.147	4.408	2.803	4.660	40.530
31	4.138	4.321	4.680	4.114	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	4.660	43.184
32	2.610	2.081	4.680	1.824	2.954	1.891	4.147	2.885	1.867	4.660	29.600
33	4.138	2.081	3.353	4.114	4.425	2.833	4.147	4.408	2.803	3.339	35.641
34	2.610	2.081	2.315	2.821	2.954	1.891	2.784	2.885	1.867	2.315	24.523
35	4.138	1.000	3.353	4.114	4.425	2.833	2.784	4.408	2.803	3.339	33.197
36	4.138	3.103	2.315	1.824	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	2.315	27.954
37	4.138	3.103	3.353	2.821	4.425	2.833	4.147	4.408	2.803	3.339	35.370
38	2.610	4.321	3.353	2.821	4.425	2.833	2.784	4.408	2.803	3.339	33.698

39	4.138	4.321	4.680	4.114	2.954	4.156	2.784	2.885	4.135	4.660	38.827
40	2.610	2.081	4.680	1.000	2.954	1.000	1.000	2.885	1.000	4.660	23.871
41	4.138	3.103	3.353	4.114	4.425	4.156	2.784	4.408	4.135	3.339	37.954
42	2.610	2.081	3.353	1.824	2.954	4.156	1.830	2.885	4.135	3.339	29.166
43	4.138	4.321	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	32.231
44	2.610	3.103	4.680	2.821	2.954	2.833	4.147	2.885	2.803	4.660	33.497
45	4.138	4.321	3.353	4.114	2.954	4.156	2.784	2.885	4.135	3.339	36.178
46	4.138	3.103	3.353	4.114	4.425	2.833	4.147	4.408	2.803	3.339	36.663
47	4.138	4.321	3.353	4.114	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	3.339	40.534
48	4.138	3.103	3.353	2.821	4.425	2.833	2.784	4.408	2.803	3.339	34.007
49	4.138	3.103	4.680	2.821	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	4.660	40.673
50	4.138	3.103	3.353	2.821	4.425	2.833	4.147	4.408	2.803	3.339	35.370
51	4.138	2.081	3.353	2.821	2.954	4.156	4.147	2.885	4.135	3.339	34.008
52	4.138	3.103	4.680	2.821	2.954	4.156	4.147	2.885	4.135	4.660	37.679
53	4.138	4.321	4.680	2.821	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	4.660	41.891
54	2.610	3.103	3.353	2.821	2.954	1.891	2.784	2.885	1.867	3.339	27.607
55	4.138	4.321	4.680	4.114	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	4.660	43.184
56	4.138	3.103	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	31.013
57	4.138	3.103	4.680	2.821	2.954	4.156	2.784	2.885	4.135	4.660	36.316
58	4.138	2.081	3.353	1.000	2.954	2.833	4.147	2.885	2.803	3.339	29.533
59	4.138	3.103	3.353	2.821	4.425	2.833	2.784	4.408	2.803	3.339	34.007
60	4.138	4.321	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	32.231
61	2.610	3.103	4.680	2.821	4.425	2.833	2.784	4.408	2.803	4.660	35.129
62	4.138	3.103	3.353	4.114	1.784	2.833	1.830	1.492	2.803	3.339	28.788
63	4.138	3.103	2.315	2.821	2.954	1.891	2.784	2.885	1.867	2.315	27.072
64	2.610	4.321	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	30.703
65	2.610	4.321	4.680	2.821	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	4.660	40.363
66	1.600	3.103	3.353	4.114	4.425	4.156	2.784	4.408	4.135	3.339	35.417
67	4.138	2.081	3.353	2.821	4.425	2.833	1.830	4.408	2.803	3.339	32.031
68	4.138	3.103	3.353	2.821	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	3.339	38.024
69	4.138	4.321	4.680	4.114	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	4.660	43.184
70	2.610	3.103	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	29.485
71	2.610	3.103	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	29.485
72	4.138	2.081	2.315	2.821	2.954	1.551	2.784	2.885	1.551	2.315	25.395
73	4.138	4.321	4.680	4.114	4.425	2.833	4.147	4.408	2.803	4.660	40.530
74	4.138	2.081	3.353	1.824	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	28.994
75	4.138	2.081	4.680	1.824	2.954	2.833	4.147	2.885	2.803	4.660	33.006
76	4.138	3.103	4.680	4.114	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	4.660	41.966
77	4.138	4.321	4.680	2.821	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	4.660	41.891
78	4.138	4.321	2.315	4.114	4.425	2.833	4.147	4.408	2.803	2.315	35.818

79	2.610	3.103	3.353	2.821	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	29.485
80	4.138	3.103	3.353	4.114	4.425	2.833	2.784	4.408	2.803	3.339	35.300
81	4.138	3.103	1.687	1.824	4.425	2.833	2.784	4.408	2.803	1.687	29.692
82	4.138	3.103	4.680	2.821	2.954	4.156	4.147	2.885	4.135	4.660	37.679
83	4.138	4.321	4.680	4.114	4.425	2.833	4.147	4.408	2.803	4.660	40.530
84	4.138	2.081	3.353	1.824	2.954	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	28.994
85	4.138	2.081	4.680	1.824	2.954	2.833	4.147	2.885	2.803	4.660	33.006
86	4.138	3.103	4.680	4.114	4.425	4.156	4.147	4.408	4.135	4.660	41.966
87	2.610	3.103	3.353	4.114	1.784	2.833	2.784	2.885	2.803	3.339	29.608
88	4.138	4.321	4.680	2.821	2.954	4.156	1.830	2.885	2.803	4.660	35.248
89	4.138	4.321	3.353	4.114	4.425	2.833	2.784	4.408	4.135	4.660	39.171
90	1.000	1.000	1.687	1.000	1.492	2.833	2.784	2.885	2.803	4.660	22.145
91	2.610	4.321	3.353	2.821	2.954	2.833	1.830	4.408	4.135	3.339	32.603
92	2.610	4.321	3.353	2.821	4.425	4.156	2.784	4.408	4.135	1.687	34.700
93	4.138	4.321	4.680	4.114	4.425	4.156	2.784	4.408	2.803	3.339	39.168
94	2.610	3.103	3.353	4.114	4.425	1.891	4.147	4.408	4.135	4.660	36.846

NO.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
1	4.928	5.099	4.184	4.878	3.827	2.993	25.908
2	4.928	3.747	4.184	3.527	1.838	2.993	21.216
3	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	2.993	19.310
4	4.928	5.099	2.736	4.878	3.827	2.993	24.461
5	2.135	2.646	4.184	2.431	1.000	2.993	15.389
6	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	2.993	19.310
7	2.135	2.646	2.736	2.431	3.827	4.347	18.122
8	2.785	3.747	4.184	3.527	1.838	2.993	19.072
9	2.785	2.646	2.736	2.431	3.827	2.993	17.417
10	2.135	1.879	2.736	1.759	1.000	2.993	12.503
11	2.135	3.747	2.736	3.527	3.827	4.347	20.319
12	3.659	3.747	4.184	3.527	3.827	4.347	23.290
13	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	2.993	19.310
14	3.659	3.747	4.184	3.527	3.827	2.993	21.935
15	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	4.347	20.664
16	4.928	2.646	2.736	2.431	2.649	4.347	19.737
17	3.659	5.099	4.184	4.878	2.649	4.347	24.815
18	3.659	5.099	4.184	4.878	3.827	1.000	22.646
19	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	4.347	20.664
20	3.659	3.747	2.736	3.527	1.838	4.347	19.853
21	2.135	3.747	4.184	3.527	3.827	2.993	20.412
22	3.659	3.747	2.736	3.527	1.838	2.993	18.499

23	4.928	5.099	4.184	4.878	3.827	2.993	25.908
24	3.659	2.646	2.736	2.431	2.649	2.993	17.113
25	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	1.000	17.317
26	4.928	3.747	4.184	3.527	3.827	4.347	24.559
27	4.928	5.099	4.184	4.878	3.827	2.993	25.908
28	4.928	3.747	4.184	3.527	3.827	2.993	23.205
29	3.659	1.879	2.736	3.527	1.838	1.872	15.510
30	3.659	3.747	4.184	3.527	3.827	2.993	21.935
31	4.928	5.099	4.184	4.878	3.827	2.993	25.908
32	2.135	3.747	4.184	3.527	1.000	1.872	16.466
33	2.785	1.879	2.736	1.759	2.649	1.872	13.680
34	2.135	2.646	2.736	2.431	1.838	1.872	13.659
35	2.135	1.000	1.571	1.000	1.000	2.993	9.699
36	3.659	1.879	4.184	4.878	1.838	2.993	19.429
37	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	2.993	19.310
38	3.659	3.747	4.184	3.527	2.649	1.872	19.637
39	4.928	5.099	4.184	4.878	3.827	2.993	25.908
40	2.785	1.879	2.736	1.759	1.838	2.993	13.989
41	4.928	5.099	2.736	4.878	2.649	2.993	23.283
42	2.135	2.646	4.184	2.431	3.827	1.872	17.095
43	2.785	3.747	2.736	3.527	2.649	2.993	18.436
44	3.659	2.646	1.571	4.878	2.649	2.993	18.395
45	4.928	3.747	1.000	4.878	3.827	2.993	21.373
46	3.659	3.747	2.736	3.527	3.827	2.993	20.488
47	3.659	2.646	1.571	2.431	3.827	2.993	17.126
48	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	2.993	19.310
49	3.659	3.747	2.736	4.878	2.649	2.993	20.661
50	3.659	3.747	4.184	3.527	2.649	4.347	22.112
51	2.785	3.747	4.184	3.527	1.838	4.347	20.427
52	4.928	3.747	2.736	3.527	3.827	4.347	23.112
53	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	1.000	17.317
54	4.928	1.879	2.736	1.759	1.000	4.347	16.649
55	4.928	5.099	4.184	4.878	3.827	4.347	27.262
56	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	1.000	17.317
57	2.785	3.747	2.736	3.527	3.827	4.347	20.968
58	3.659	2.646	4.184	2.431	1.000	2.993	16.912
59	3.659	3.747	2.736	3.527	3.827	2.993	20.488
60	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	1.872	18.190
61	1.000	2.646	2.736	2.431	3.827	2.993	15.632
62	2.135	2.646	1.000	2.431	2.649	2.993	13.854

63	2.785	2.646	4.184	3.527	1.838	1.872	16.851
64	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	1.872	18.190
65	4.928	3.747	4.184	3.527	2.649	1.872	20.907
66	2.135	3.747	4.184	3.527	1.838	2.993	18.423
67	4.928	2.646	1.000	3.527	1.838	2.993	16.931
68	3.659	3.747	2.736	3.527	1.838	2.993	18.499
69	4.928	3.747	4.184	3.527	3.827	1.872	22.085
70	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	2.993	19.310
71	2.785	2.646	2.736	4.878	2.649	2.993	18.686
72	2.785	2.646	2.736	4.878	3.827	2.993	19.864
73	3.659	3.747	4.184	3.527	3.827	1.872	20.815
74	2.785	2.646	2.736	4.878	3.827	2.993	19.864
75	2.135	3.747	4.184	3.527	1.838	2.993	18.423
76	4.928	5.099	4.184	4.878	3.827	2.993	25.908
77	4.928	5.099	4.184	4.878	2.649	2.993	24.730
78	3.659	3.747	4.184	3.527	3.827	2.993	21.935
79	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	2.993	19.310
80	4.928	3.747	4.184	3.527	2.649	4.347	23.381
81	3.659	3.747	4.184	3.527	1.838	4.347	21.300
82	4.928	3.747	4.184	3.527	3.827	4.347	24.559
83	3.659	3.747	2.736	2.431	2.649	1.000	16.222
84	3.659	3.747	2.736	4.878	3.827	4.347	23.193
85	3.659	3.747	2.736	3.527	3.827	4.347	21.842
86	3.659	5.099	4.184	4.878	2.649	4.347	24.815
87	3.659	3.747	2.736	4.878	1.000	2.993	19.012
88	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	2.993	19.310
89	3.659	5.099	4.184	4.878	3.827	4.347	25.993
90	3.659	3.747	2.736	4.878	1.000	2.993	19.012
91	3.659	3.747	2.736	3.527	2.649	1.872	18.190
92	3.659	5.099	2.736	3.527	2.649	2.993	20.662
93	3.659	5.099	2.736	3.527	2.649	2.993	20.662
94	4.928	5.099	4.184	4.878	3.827	1.872	24.788

NO.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
1	2.798	4.300	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	31.067
2	1.000	1.662	1.686	4.496	2.690	4.165	1.655	4.496	4.221	3.933	30.005
3	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	2.303	27.998
4	2.798	2.863	4.347	4.496	2.690	2.721	4.114	4.496	2.785	3.933	35.243
5	4.206	4.300	4.347	4.496	2.690	4.165	4.114	4.496	4.221	3.933	40.968
6	4.206	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	2.303	29.406

7	2.798	2.863	2.884	1.659	1.000	2.721	2.723	1.757	2.785	1.600	22.791
8	4.206	4.300	2.884	3.099	1.000	4.165	2.723	3.132	4.221	3.933	33.664
9	4.206	4.300	2.884	4.496	1.000	2.721	2.723	4.496	2.785	3.933	33.545
10	1.000	1.000	1.000	1.659	1.000	2.721	1.000	1.757	2.785	1.000	14.923
11	2.798	4.300	2.884	3.099	1.000	2.721	2.723	3.132	2.785	1.600	27.044
12	2.798	4.300	2.884	3.099	2.690	4.165	4.114	3.132	4.221	3.933	35.337
13	4.206	2.863	2.884	3.099	1.000	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	29.347
14	2.798	2.863	2.884	3.099	1.000	4.165	2.723	3.132	4.221	3.933	30.819
15	2.798	2.863	2.884	3.099	1.000	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	27.939
16	2.798	4.300	4.347	4.496	2.690	2.721	4.114	4.496	2.785	3.933	36.681
17	2.798	4.300	2.884	3.099	2.690	4.165	2.723	3.132	4.221	3.933	33.946
18	2.798	4.300	4.347	3.099	2.690	4.165	4.114	3.132	4.221	3.933	36.800
19	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	29.629
20	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	29.629
21	4.206	4.300	2.884	4.496	2.690	4.165	2.723	4.496	4.221	3.933	38.115
22	1.673	2.863	1.000	3.099	1.000	2.721	1.000	3.132	2.785	3.933	23.207
23	4.206	4.300	4.347	4.496	2.690	4.165	4.114	4.496	4.221	3.933	40.968
24	1.673	1.000	1.686	3.099	2.690	2.721	1.655	3.132	2.785	3.933	24.376
25	2.798	2.863	2.884	3.099	1.000	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	27.939
26	4.206	4.300	4.347	4.496	1.000	4.165	4.114	4.496	4.221	3.933	39.278
27	4.206	4.300	2.884	4.496	2.690	4.165	2.723	4.496	4.221	3.933	38.115
28	4.206	4.300	4.347	4.496	2.690	4.165	4.114	4.496	4.221	3.933	40.968
29	2.798	4.300	4.347	3.099	1.000	2.721	4.114	3.132	2.785	3.933	32.230
30	2.798	4.300	2.884	3.099	2.690	4.165	2.723	3.132	4.221	3.933	33.946
31	4.206	4.300	4.347	4.496	2.690	4.165	4.114	4.496	4.221	3.933	40.968
32	4.206	4.300	4.347	3.099	1.000	4.165	4.114	3.132	4.221	3.933	36.518
33	4.206	2.863	4.347	2.054	2.690	2.721	4.114	2.177	2.785	3.933	31.889
34	2.798	2.863	2.884	1.659	2.690	2.721	2.723	1.757	2.785	3.933	26.814
35	2.798	2.863	2.884	1.000	1.000	1.571	2.723	1.000	1.618	3.933	21.390
36	4.206	2.863	2.884	3.099	1.000	4.165	2.723	3.132	4.221	3.933	32.226
37	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	29.629
38	4.206	2.863	2.884	3.099	1.000	4.165	2.723	3.132	2.785	3.933	30.791
39	4.206	4.300	2.884	4.496	2.690	4.165	2.723	4.496	4.221	3.933	38.115
40	2.798	4.300	4.347	4.496	2.690	2.721	4.114	4.496	2.785	3.933	36.681
41	4.206	2.863	4.347	4.496	1.000	2.721	4.114	4.496	2.785	3.933	34.961
42	1.673	1.662	1.686	4.496	2.690	4.165	1.655	4.496	4.221	3.933	30.678
43	2.798	2.863	2.884	2.054	2.690	2.721	2.723	2.177	2.785	3.933	27.628
44	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	1.571	2.723	3.132	1.618	3.933	27.312
45	4.206	2.863	2.884	4.496	2.690	1.000	2.723	4.496	1.000	3.933	30.291
46	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	29.629

47	2.798	2.863	1.686	3.099	2.690	1.571	1.655	3.132	1.618	3.933	25.046
48	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	29.629
49	1.000	1.000	1.000	3.099	2.690	2.721	1.000	3.132	2.785	3.933	22.361
50	1.673	1.662	1.000	3.099	2.690	4.165	1.000	3.132	4.221	3.933	26.576
51	1.673	2.863	2.884	4.496	2.690	4.165	2.723	4.496	4.221	3.933	34.144
52	4.206	4.300	2.884	4.496	2.690	2.721	2.723	4.496	2.785	3.933	35.235
53	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	29.629
54	2.798	1.662	1.000	4.496	2.690	2.721	1.000	4.496	2.785	3.933	27.582
55	2.798	2.863	2.884	4.496	2.690	4.165	2.723	4.496	4.221	3.933	35.269
56	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	29.629
57	2.798	2.863	2.884	2.054	2.690	2.721	2.723	2.177	2.785	3.933	27.628
58	2.798	4.300	2.884	4.496	2.690	4.165	2.723	4.496	4.221	3.933	36.707
59	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	29.629
60	4.206	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	31.037
61	4.206	2.863	2.884	1.000	2.690	2.721	2.723	1.000	2.785	3.933	26.805
62	4.206	2.863	1.686	1.659	2.690	1.000	1.655	1.757	1.000	3.933	22.450
63	2.798	1.662	2.884	3.099	2.690	4.165	2.723	3.132	4.221	3.933	31.308
64	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	29.629
65	4.206	4.300	4.347	4.496	2.690	4.165	4.114	4.496	4.221	3.933	40.968
66	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	4.114	3.132	2.785	3.933	31.019
67	2.798	2.863	2.884	4.496	2.690	1.000	4.114	4.496	1.000	3.933	30.273
68	4.206	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	4.114	3.132	2.785	3.933	32.427
69	4.206	4.300	2.884	4.496	2.690	4.165	4.114	4.496	4.221	3.933	39.505
70	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	4.114	4.496	2.785	2.303	30.752
71	2.798	2.863	2.884	2.054	2.690	2.721	4.114	2.177	2.785	3.933	29.019
72	1.673	2.863	1.686	2.054	2.690	2.721	2.723	2.177	2.785	3.933	25.305
73	2.798	4.300	2.884	3.099	2.690	4.165	4.114	3.132	4.221	3.933	35.337
74	4.206	2.863	2.884	3.099	1.000	2.721	4.114	3.132	2.785	3.933	30.737
75	4.206	4.300	2.884	3.099	2.690	4.165	4.114	3.132	4.221	3.933	36.744
76	4.206	4.300	4.347	4.496	2.690	4.165	4.114	4.496	4.221	3.933	40.968
77	2.798	2.863	2.884	4.496	1.000	4.165	4.114	4.496	4.221	3.933	34.970
78	2.798	4.300	2.884	3.099	2.690	4.165	4.114	3.132	4.221	3.933	35.337
79	2.798	2.863	2.884	3.099	1.000	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	27.939
80	2.798	2.863	2.884	4.496	2.690	4.165	2.723	4.496	4.221	3.933	35.269
81	1.000	2.863	1.686	3.099	2.690	4.165	1.655	3.132	4.221	3.933	28.445
82	2.798	2.863	2.884	4.496	2.690	4.165	2.723	4.496	4.221	3.933	35.269
83	2.798	4.300	2.884	3.099	1.000	4.165	2.723	3.132	4.221	3.933	32.256
84	4.206	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	3.933	31.037
85	4.206	4.300	2.884	3.099	1.000	4.165	2.723	3.132	4.221	2.303	32.033
86	4.206	4.300	4.347	4.496	2.690	4.165	4.114	4.496	4.221	2.303	39.338

87	2.798	2.863	2.884	3.099	1.000	2.721	4.114	1.757	2.785	2.303	26.324
88	2.798	2.863	4.347	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	2.303	29.462
89	2.798	2.863	4.347	3.099	1.000	4.165	4.114	4.496	4.221	2.303	33.405
90	2.798	2.863	4.347	3.099	2.690	2.721	4.114	1.757	2.785	2.303	29.477
91	2.798	2.863	2.884	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	1.618	2.303	26.831
92	4.206	2.863	4.347	3.099	2.690	2.721	2.723	3.132	2.785	2.303	30.869
93	2.798	4.300	4.347	4.496	2.690	4.165	2.723	3.132	2.785	2.303	33.740
94	2.798	4.300	4.347	4.496	2.690	4.165	4.114	3.132	2.785	3.933	36.761

KARAKTERISTIK RESPONDEN

		Statistics			
		Usia	Jenis_Kelamin	Pendidikan	Jenis_Pekerjaan
N	Valid	94	94	94	94
	Missing	0	0	0	0

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	9.6	9.6	9.6
	2	51	54.3	54.3	63.8
	3	28	29.8	29.8	93.6
	4	6	6.4	6.4	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	33	35.1	35.1	35.1
	Perempuan	61	64.9	64.9	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP/SMA	54	57.4	57.4	57.4
	D-III/S1	36	38.3	38.3	95.7
	S2	4	4.3	4.3	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

		Jenis_Pekerjaan		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Pelajar/Mahasiswa	30	31.9	31.9	31.9
	Pegawai/Karyawan	17	18.1	18.1	50.0
	IRT	13	13.8	13.8	63.8
	PNS/TNI	12	12.8	12.8	76.6

Uji Instrumen

Uji Validitas X1

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.213*	.206*	.371**	.399**	.245*	.265**	.244*	.203*	.010	.452**
	Sig. (2-tailed)		.039	.046	.000	.000	.017	.010	.018	.050	.923	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.2	Pearson Correlation	.213*	1	.382**	.546**	.413**	.350**	.310**	.385**	.348**	.236*	.654**
	Sig. (2-tailed)	.039		.000	.000	.000	.001	.002	.000	.001	.022	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.3	Pearson Correlation	.206*	.382**	1	.277**	.366**	.141	.063	.306**	.111	.849**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.046	.000		.007	.000	.177	.546	.003	.289	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.4	Pearson Correlation	.371**	.546**	.277**	1	.444**	.451**	.444**	.416**	.475**	.195	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007		.000	.000	.000	.000	.000	.060	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X1.5	Pearson Correlation	.399**	.413**	.366**	.444**	1	.222*	.342**	.933**	.240*	.206*	.664**

[illegible]

Total	Pearson Correlation	.452**	.654**	.563**	.724**	.664**	.738**	.668**	.646**	.745**	.484**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJi Validitas X2

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.484**	.124	.463**	.266**	.081	.683**
	Sig. (2-tailed)		.000	.233	.000	.009	.440	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.2	Pearson Correlation	.484**	1	.388**	.716**	.435**	.061	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.558	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.3	Pearson Correlation	.124	.388**	1	.255*	.106	.033	.465**
	Sig. (2-tailed)	.233	.000		.013	.311	.753	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.4	Pearson Correlation	.463**	.716**	.255*	1	.362**	.069	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.013		.000	.511	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94

X2.5	Pearson Correlation	.266**	.435**	.106	.362**	1	.075	.630**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.311	.000		.472	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
X2.6	Pearson Correlation	.081	.061	.033	.069	.075	1	.334**
	Sig. (2-tailed)	.440	.558	.753	.511	.472		.001
	N	94	94	94	94	94	94	94
Total	Pearson Correlation	.683**	.828**	.465**	.771**	.630**	.334**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	94	94	94	94	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJi Validitas Y

		Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.584**	.585**	.148	-.080	.022	.547**	.151	.017	.195	.546**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.155	.443	.831	.000	.145	.868	.059	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y2	Pearson Correlation	.584**	1	.638**	.310**	-.014	.329**	.628**	.274**	.304**	.204*	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.897	.001	.000	.008	.003	.049	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y3	Pearson Correlation	.585**	.638**	1	.266**	.009	.200	.851**	.205*	.161	.078	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.010	.929	.053	.000	.048	.121	.456	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y4	Pearson Correlation	.148	.310**	.266**	1	.173	.380**	.227*	.921**	.351**	.269**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.155	.002	.010		.095	.000	.028	.000	.001	.009	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y5	Pearson Correlation	-.080	-.014	.009	.173	1	-.038	.003	.163	-.039	.247*	.177
	Sig. (2-tailed)	.443	.897	.929	.095		.714	.979	.118	.710	.016	.087

	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y6	Pearson Correlation	.022	.329**	.200	.380**	-.038	1	.175	.363**	.957**	.069	.594**
	Sig. (2-tailed)	.831	.001	.053	.000	.714		.091	.000	.000	.510	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y7	Pearson Correlation	.547**	.628**	.851**	.227*	.003	.175	1	.178	.168	.153	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.028	.979	.091		.086	.105	.141	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y8	Pearson Correlation	.151	.274**	.205*	.921**	.163	.363**	.178	1	.367**	.297**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.145	.008	.048	.000	.118	.000	.086		.000	.004	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y9	Pearson Correlation	.017	.304**	.161	.351**	-.039	.957**	.168	.367**	1	.099	.580**
	Sig. (2-tailed)	.868	.003	.121	.001	.710	.000	.105	.000		.343	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y10	Pearson Correlation	.195	.204*	.078	.269**	.247*	.069	.153	.297**	.099	1	.410**
	Sig. (2-tailed)	.059	.049	.456	.009	.016	.510	.141	.004	.343		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Total	Pearson Correlation	.546**	.726**	.687**	.725**	.177	.594**	.674**	.704**	.580**	.410**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.087	.000	.000	.000	.000	.000	
N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	37.71	24.917	.357	.834
X1.2	38.30	22.383	.549	.818
X1.3	38.21	23.159	.441	.828
X1.4	38.27	21.767	.634	.810
X1.5	37.94	22.964	.579	.817
X1.6	38.36	20.534	.628	.810
X1.7	38.13	21.833	.555	.818
X1.8	37.89	23.429	.566	.819
X1.9	38.34	20.464	.638	.809
X1.10	38.20	23.819	.349	.837

Uji Reabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.685	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	20.21	6.728	.455	.631
X2.2	20.21	6.320	.709	.540
X2.3	19.73	8.434	.268	.686
X2.4	20.03	6.676	.627	.573
X2.5	20.00	7.118	.393	.654
X2.6	20.07	8.951	.093	.736

Uji Reabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	38.82	15.741	.409	.791
Y2	38.78	14.799	.636	.765
Y3	38.96	14.901	.582	.771
Y4	38.88	14.040	.607	.766
Y5	38.27	18.197	.077	.815
Y6	38.68	15.596	.474	.784
Y7	38.84	14.781	.557	.773
Y8	38.93	13.962	.570	.772
Y9	38.72	15.665	.458	.786
Y10	38.22	16.950	.288	.802

1. Uji Statistik Frekuensi

		Statistics		
		X1	X2	Y
N	Valid	94	94	94
	Missing	0	0	0
Mean		42.37	24.05	43.01
Std. Deviation		5.226	3.160	4.322
Minimum		21	13	25
Maximum		50	30	50

2. UJI ASUMSI KLASIK

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.08885188
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.066
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.165 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Heteroskedastisitas

Correlations			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.574**	.079
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.448
		N	94	94	94
	X2	Correlation Coefficient	.574**	1.000	.032
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.759
		N	94	94	94
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.079	.032	1.000
		Sig. (2-tailed)	.448	.759	.
		N	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.657	1.522
	X2	.657	1.522

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Analisis Regresi Linear berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.403	2.898		4.279	.000
	X1	.182	.095	.202	1.925	.057
	X2	.652	.155	.443	4.220	.000

a. Dependent Variable: Y

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Diterminasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.342	.327	4.133540

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

b. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	807.273	2	403.637	23.624	.000 ^b
	Residual	1554.840	91	17.086		
	Total	2362.113	93			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

c. Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.403	2.898		4.279	.000
	X1	.182	.095	.202	1.925	.057
	X2	.652	.155	.443	4.220	.000

a. Dependent Variable: Y

Tabel r untuk df = 51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601

Tabel r untuk df = 51-100

47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563

38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260

70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

DOKUMENTASI
PENGISIAN ANGKET OLEH RESPONDEN





