

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA PT. TIDITO**

**TUGAS AKHIR**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Penyelesaian  
Program Diploma IV Jurusan Manajemen Bisnis Industri  
di Politeknik STMI Jakarta



**Disusun Oleh :**

**NAMA : ARIO PRAWIRA**

**NIM : 1711031**

**POLITEKNIK STMI JAKARTA  
d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI  
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I.  
JAKARTA**

**2016**

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI**  
**POLITEKNIK STMI JAKARTA**  
**d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI**

**TANDA PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

JUDUL TUGAS AKHIR :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
PT.TIDITO ”.**

DISUSUN OLEH :

NAMA : ARIO PRAWIRA

NIM : 1711031

JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diajukan dan  
Dipertahankan dalam Ujian Tugas Akhir  
Politeknik STMI Jakarta

Jakarta, Agustus 2016

Dosen Pembimbing

**Drs. Mulyono, M.M.**  
**NIP 195309011983031001**

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI  
POLITEKNIK STMI JAKARTA  
d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**JUDUL TUGAS AKHIR :**

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
PT.TIDITO”.**

DISUSUN OLEH :

NAMA : ARIO PRAWIRA  
NIM : 1711031  
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Jurusan Manajemen Bisnis  
Industri Politeknik STMI Jakarta pada hari ..... tanggal.....Agustus 2016.

Jakarta, Agustus 2016

Penguji 1,

Penguji 2,

.....

Penguji 3,

.....

Penguji 4,

.....

.....

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri, Kementerian Perindustrian R.I.

Nama : Ario Prawira  
NIM : 1711031  
Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT.TIDITO**

Dibuat dan diselesaikan, dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survei lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.

- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/sarjana di Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Industri atau Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan seperti diatas, maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, Agustus 2016

Yang Membuat Pernyataan

(Ario Prawira)

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Penulisan tugas akhir ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam penyelesaian Program Diploma IV jurusan Manajemen Bisnis Industri di Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri. Adapun dasar penulisan tugas akhir ini ditulis berdasarkan pengalaman dan pengetahuan penulis selama Praktik Kerja Lapangan di PT. Tiditoyang berlangsung selama 2 (dua) bulan.

Selanjutnya pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini. Karena penulis sadar telah menerima banyak bantuan, bimbingan, petunjuk nasihat dari berbagai pihak. Sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada: .

- Bapak Dr. Mustofa, S.T. , M.T. , selaku Ketua Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri.
- Bapak Drs. Mulyono, M.M. , selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Industri atas ilmu akuntansi dan penganggaran yang telah diberikan selama saya duduk di bangku perkuliahan serta bantuannya selama proses penulisan tugas akhir ini.
- Bapak Yulius Jatmiko, S.E, M.M. , selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Bisnis Industri atas keramahan, kebaikan, kemudahan dalam memperoleh informasi seputar proses penulisan tugas akhir ini, bantuan dan motivasinya kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
- Bapak Drs. Mulyono, M.M. , selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk membimbing saya dalam penulisan tugas akhir ini dengan baik, memotivasi saya untuk lebih baik ke depannya, dan memberikan pandangan baru bagi saya untuk menghadapi masa depan.

- Bapak Sadewo yang telah mengizinkan saya untuk melaksanakan PKL di perusahaannya dan membantu penulis dalam mengumpulkan data sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
- Kedua orang tua dan abang penyusun atas seluruh do'a, motivasi, dan dukungan secara moril dan materil.
- PartnerPKL saya, Rae Candra Wibowo yang bersama-sama berjuang dalam mengerjakan Laporan PKL dan tugas akhir ini.
- Teman dan sahabat bagi saya, yaitu Rae Candra Wibowo, Romoario Sinurat, Azhief Agustianto, Keluarga IMM, Bang Harry Sulistianto, M. Fathoni, S.ST, Dwi Purwanto, S.ST, Muhamad Rizy, Mohamad Nuzulul S, Bobby Dengah, Christina Lumban Gaol, S.ST, dan Dwi Apriditha yang telah membantu dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Dan teman-teman angkatan 2011 dan 2012 yang juga memberikan motivasi dalam pengerjaan tugas akhir ini.
- Seluruh Staff Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri .
- Semua pihak yang telah berjasa kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Akhirnya, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya untuk Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri.

Jakarta, Agustus 2016

Ario Prawira

## ABSTRAK

Keinginan untuk menjadi seorang pengusaha mendorong Bapak Sadewo membentuk usaha pakaian jadi, pada tahun 1998 Bapak Sadewo resmi membuka sebuah usaha garmen kecil dibantu oleh sang kakak yang sudah lebih dahulu terjun dibidang usaha yang sama di daerah Cipayung, Jakarta Timur. Awalnya Bapak Sadewo menjalankan usahanya berdasarkan pesanan dari tetangga, keluarga dan kolega. Usaha ini ia dijalankan dengan menyewa sebuah kontrakan di daerah Ciracas, Jakarta Timur. Dan semakin berkembang sehingga PT. Tidito mulai melakukan banyak inovasi dalam membuat produk batiknya ini, dan mulai timbulnya banyak persaingan. Dengan demikian saya menjadikan PT. Tidito sebagai penelitian untuk: 1) Mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk batik PT. Tidito. 2) Mengetahui diantara kualitas produk dan harga, variabel mana yang punya pengaruh dominan terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk batik PT. Tidito. Dalam penelitian ini mempunyai variabel bebas Produk (X1), Harga (X2), dengan variabel terikat yaitu keputusan konsumen (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli Batik pada PT. Tidito selama masa penelitian berlangsung dengan jumlah sampel tujuh puluh delapan responden. Teknik penarikan sampel dengan menggunakan teknik accidental Sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer, dimana pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas produk (X1), Harga (X2), secara simultan berpengaruh secara signifikan positif terhadap variabel keputusan konsumen (Y) dengan ditunjukkan oleh perolehan F hitung lebih besar dari pada F tabel dengan menggunakan uji F. Serta dengan berdasarkan uji t menunjukkan bahwa Produk (X1), Harga (X2), secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan konsumen (Y). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif, dengan penarikan kesimpulan secara analisis statistik. Populasinya adalah seluruh konsumen batik pada daerah jabotabek. Sampel diambil sebanyak 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling*.

**Kata Kunci:** *kualitas produk, harga, dan pengambilan keputusan pembelian*

## DAFTAR ISI

### Contents

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I.....	11
PENDAHULUAN.....	11
1.1 Latar Belakang Masalah .....	11
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Batasan Masalah .....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.6 Sistematika Penulisan .....	16
BAB II.....	17
LANDASAN TEORI.....	17
2.1 Pemasaran .....	17
2.2 Bauran pemasaran .....	17
2.3 Kualitas Produk .....	19
2.4 Harga.....	19
2.5 Keputusan Pembelian .....	19
BAB III.....	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Operasional Variabel.....	21
3.2.1 Variabel Independen.....	21

3.2.2 Variabel Dependen .....	23
3.3 Jenis Data .....	23
3.4 Sumber Data .....	23
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.6 Kerangka Analisis .....	25
3.7 Rancangan Analisis.....	26
3.7.1 Uji Validitas .....	26
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	26
3.7.3 Analisis Deskriptif.....	26
3.7.4 Uji Asumsi Klasik .....	26
3.7.5 Analisis Regresi.....	28
3.7.6 Analisis Korelasi.....	31
BAB IV.....	33
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	33
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	33
4.1.3 Visi Misi Perusahaan .....	34
4.1.4 Profil Perusahaan .....	34
4.1.5 Struktur Organisasi.....	35
4.1.6 Aspek Pemasaran.....	37
4.1.7 Gambaran Umum Sampel.....	41
4.2 Analisis Deskriptif.....	45
4.3 Uji Validitas .....	47
4.4 Uji Reliabilitas.....	49
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	50
4.6 Analisis Regresi.....	52
4.7 Analisis Korelasi.....	63
BAB V.....	73
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	73
5.1 Analisis Deskriptif.....	73

5.2	Uji Validitas .....	73
5.3	Uji Reliabilitas.....	74
5.4	Uji Asumsi Klasik .....	75
5.5	Analisis Regresi.....	76
5.6	Analisis Korelasi.....	77
BAB VI.....		78
KESIMPULAN DAN SARAN.....		78
6.1	Kesimpulan.....	78
6.2	Saran .....	79

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4. 1	Jumlah Data yang Diolah .....	41
Tabel 4. 2	Hasil Rekap Data.....	41
Tabel 4. 3	Tabel Klasifikasi Responden berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4. 4	Deskriptif Responden untuk Masing-Masing Variabel .....	47
Tabel 4. 5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	47
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas Harga (X2) .....	48
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan (Y) .....	48
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1).....	49
Tabel 4. 9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2) .....	49
Tabel 4. 10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengambilan Keputusan (Y).....	50
Tabel 4. 11	Hasil Uji Normalitas .....	50
Tabel 4. 12	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4. 13	Hasil Uji Multikolinieritas .....	52
Tabel 4. 14	Data Total Daftar Responden .....	54
Tabel 4. 15	Hasil Analisis Regresi secara Simultan.....	62
Tabel 4. 16	Hasil Analisis Regresi secara Parsial .....	62
Tabel 4. 17	Hasil Analisis Korelasi .....	63
Tabel 4. 18	Data Total Jawab Responden .....	63
Tabel 4. 19	Perhitungan Analisis Korelasi .....	66

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Titi Tidito.....	35
Gambar 4. 2 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Gambar 4. 3 Klasifikasi berdasarkan Usia.....	46

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah sebuah negara yang memiliki potensi ekonomi tinggi; potensi yang mulai diperhatikan dunia internasional. Indonesia - negara dengan ekonomi paling besar di Asia Tenggara - sering disebut sebagai calon layak untuk menjadi salah satu anggota negara-negara BRIC (Brasilia, Rusia, India dan Cina) karena ekonominya dengan cepat menunjukkan tanda-tanda perkembangan yang sama dengan anggota lain tersebut. Belakangan ini sebuah kelompok baru sempat menuntut perhatian. Kelompok ini terdiri dari negara-negara berkembang yang ditandai dengan ekonomi menjanjikan yang beragam, sistem keuangan yang cukup canggih, jumlah penduduk yang tumbuh dengan cepat dan industry yang terus berkembang yang mendorong maju perkembangan ekonomi di indonesia.

Salah satu di antara industry yang menunjang ekonomi indonesia ialah industry di bidang busana, di lihat dari perkembangan fasion yang ada di Indonesia, Fashion merupakan setiap mode pakaian atau perhiasan yang populer selama waktu tertentu atau pada tempat tertentu. Istilah fashion sering digunakan dalam arti positif, sebagai sinonim untuk glamour, keindahan dan gaya atau style yang terus mengalami perubahan dari satu periode ke periode berikutnya, dari generasi ke generasi. Juga berfungsi sebagai refleksi dari status sosial dan ekonomi, fungsi yang menjelaskan popularitas banyak gaya sepanjang sejarah kostum. Fashion atau mode semakin menjadi industri yang menguntungkan di dunia internasional sebagai akibat dari munculnya rumah-rumah mode terkenal di dunia dan majalah fashion.

Trend dan musim fashion sebagian besar didorong oleh perancang busana yang membuat dan menghasilkan artikel pakaian. Dalam hal ini istilah Bisnis Fashion akan digunakan dalam arti bisnis yang berhubungan dengan pakaian modis atau pakaian sebagai industri kreatif yang diciptakan dan diproduksi oleh perancang busana. Tidak ada yang menyangkal bahwa karya perancang busana memiliki kontribusi besar untuk industri garmen, karena saat ini para pengusaha garmen akan perlu

menggunakan keahlian para desainer ‘untuk selalu up to date agar tidak ketinggalan dengan tren fashion dunia.

Di antara fashion yang kini sedang hangat dan populer di dalam bisnis busana adalah busana berbahan batik, karena batik Indonesia sebagai warisan budaya. Momentum tersebut mestinya dimaknai oleh segenap negeri ini untuk meningkatkan harkat hidup para pengrajin dan buruh batik tradisional. Selain menjadi warisan budaya yang termashur batik juga harus bisa menjadi leverage ekonomi kerakyatan. Apalagi banyak daerah yang mulai mengembangkan industri Batik dengan motif yang beraneka ragam.

Dengan makin banyaknya pertumbuhan produk-produk batik yang ada, masyarakat berlomba-lomba meningkatkan produksinya dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Meskipun tak mudah dalam perusahaan dalam meningkatkan produksinya, maka harus di tetapkan hal-hal yang khusus untuk meningkatkan produk pemasaran.

Persaingan antar perusahaan yang semakin ketat antar perusahaan, sebagai produsen harus pintar-pintar menghehathui apa yang di inginkan oleh konsumen, Dengan adanya peningkatan produksi batik merupakan kunci keberhasilan bagi perusahaan di dalam dunia usaha.

Karena banyaknya bentuk motif dan corak batik yang memikat hati para kalangan masyarakat sehingga fashion batik masih terhitung sangat populer, dan di kareakan banyaknya ragam ini sehingga masyarakat akan menggunakan pertimbangan untuk memilih mana bentuk fashion batik yang bener-bener memikat hati mereka dan dalam pengambilan keputusan ini ada beberapa factor yang akan mempengaruhinya,

Menurut **John D.Miller** dalam Imam Murtono (2009) faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam menjelaskan faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan adalah: jenis kelamin pria atau wanita, peranan pengambilan keputusan,dan keterbatasan kemampuan.Dalam pengambilan suatu keputusan individu dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu nilai individu, kepribadian, dan kecenderungan dalam pengambilan resiko.

**Pertama**, nilai individu pengambil keputusan merupakan keyakinan dasar yang digunakan seseorang jika ia dihadapkan pada permasalahan dan harus mengambil suatu keputusan. Nilai-nilai ini telah tertanam sejak kecil melalui suatu proses belajar dari lingkungan keluarga dan masyarakat. Dalam banyak keadaan individu bahkan tidak berfikir untuk menyusun atau menilai keburukan dan lebih ditarik oleh kesempatan untuk menang.

**Kedua**, kepribadian. Keputusan yang diambil seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti kepribadian. Dua variabel utama kepribadian yang berpengaruh terhadap keputusan yang dibuat, seperti ideologi versus kekuasaan dan emosional versus obyektivitas. Beberapa pengambil keputusan memiliki suatu orientasi ideologi tertentu yang berarti keputusan dipengaruhi oleh suatu filosofi atau suatu perangkat prinsip tertentu. Sementara itu pengambil keputusan atau orang lain mendasarkan keputusannya pada suatu yang secara politis akan meningkatkan kekuasaannya secara pribadi.

Dilihat dari sudut pandang yang berbeda dengan keadaan yang sekarang ini penulis memulai praktik kerja lapangan di salah satu perusahaan butik batik yang terdapat di daerah Cipayung Jakarta Timur. Fashion batik menjadi salah satu kebutuhan setiap orang dalam sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan primer, dan di kembangkan kedalam fashion mode hidup masyarakat baik dalam kehidupan sehari-hari maupun untuk keperluan usaha.

Produk yang fasion batik ini telah banyak digunakan oleh setiap orang. Seiring dengan perkembangan zaman harapan konsumen terhadap memenuhi hasrat untuk kepuasan dalam bergaya menggunakan busana. Hal ini sedikit banyak dipengaruhi oleh beberapa factor kebutuhan manusia seperti gaya hidup Berangkat dari kondisi yang demikian penyusun yang telah melakukan kerja lapangan pada perusahaan tersebut dan belajar mengenai hal-hal yang bersangkutan dengan materi-materi perkuliahan yang ada dengan tuntutan agar mahasiswa bisa menjadi pengusaha yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

Pada umumnya suatu perusahaan akan memberikan suatu kualitas produk yang baik dan harga yang dapat di jangkau oleh berbagai macam golongan masyarakat, untuk menarik minat konsumen dalam menentukan pilihan terhadap keputusan pembelian Berdasarkan hal yang telah dikemukakan di atas, maka penulis memilih judul tugas akhir dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap pengambilan keputusan konsumen Pada PT. Tidito”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah secara parsial *kualitas Produk* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen pada PT. Tidito ?.
2. Apakah secara parsial *Harga* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen pada PT. Tidito ?.
3. Apakah secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen pada PT. Tidito?.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial *kualitas Produk* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen pada PT. Tidito.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial *Harga* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen pada PT. Tidito.
3. Untuk mengetahui apakah secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen pada PT. Tidito..

#### 1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini mempunyai alur perhatian yang jelas dan tidak menyimpang dari pembahasan dan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, maka dibuatlah beberapa batasan masalah:

1. Penelitian dilakukan pada PT. Tidito.
2. Batasan operasional variabel digunakan untuk menghindari kesimpangsiuran dalam membahas dan menganalisis permasalahan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dibuat suatu batasan operasional antara lain:

Variabel Bebas : *Kualitas Produk* ( $X_1$ )

*Harga* ( $X_2$ )

Variabel Terikat : Pengambilan keputusan konsumen ( $Y$ )

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk memilih produk serta membelinya

2. Bagi Politeknik STMI Jakarta

Dapat menambah buku referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai metode analisis regresi linear berganda, terutama untuk jurusan Manajemen Bisnis Industri.

3. Bagi Mahasiswa

Agar dapat lebih memahami dan mencoba untuk menerapkan ilmu yang telah penulis dapat untuk mempraktekkannya langsung ke lapangan kerja.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan, dan penyusunan laporan tugas akhir ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

1. **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

2. **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

3. **BAB III : METODOLOGI PEMECAHAN MASALAH**

Berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada.

4. **BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

5. **BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

6. **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisikan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

7. **DAFTAR PUSTAKA**

8. **LAMPIRAN**

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pemasaran**

American marketing association (AMA) mendefinisikan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan mengomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan mengaku kepentingannya. Menangani proses pertukaran ini membutuhkan banyak kerja dan keterampilan. Selanjutnya, manajemen pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan menghantarkan, dan mengonsumsi nilai pelanggan yang unggul.

#### **2.2 Bauran pemasaran**

McCarthy dalam buku kotler 2013 mengklasifikasikan berbagai kegiatan pemasaran ke dalam definisi yang disebut Marketing Mix, yaitu product, price, promotion, dan place.

##### **1. Product**

Sebuah benda atau pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, baik itu kebutuhan primer atau kebutuhan sekunder. Bagi Produsen, produk adalah suatu tawaran pasar. Akan tetapi dari sudut pandang konsumen, produk adalah jalan keluar masalah konsumen berupa perasaan kekurangan terhadap sesuatu. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

## **2. Harga (*Price*)**

Harga dapat diartikan sebagai ekspresi dari sebuah nilai, dimana nilai tersebut menyangkut kegunaan dan kualitas produk, citra yang terbentuk melalui iklan dan promosi, ketersediaan produk melalui jaringan distribusi dan layanan yang menyertainya. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan.

## **3. Promotion**

Promosi merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyiapkan informasi tentang produk yang ditawarkan oleh penjual atau produsen kepada konsumen baik secara langsung. Komponen dalam promosi diklasifikasikan sebagai berikut: sales promotion, advertising, sales force, public relations, direct marketing.

## **4. Place**

Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan segala kegiatan atau fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen. Komponen dalam place diklasifikasikan sebagai berikut : channels, coverage, assortment, locations, inventory, transport.

### **2.3 Kualitas Produk**

Menurut Goetsch Davis (1994) dalam (Yamit Zulian, 2002;8) Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas tidak hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2004;347) Kualitas produk adalah Kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya; kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalaan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

### **2.4 Harga**

Dalam artian yang lebih luas menurut Kotler dan Armstrong (2004;430), Harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Secara historis, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli.

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2009;345).

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2004;430). Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi juga memperhatikan berbagai hal. Murah atau mahalnya harga suatu produk tergantung pada spesifikasi dan keunggulan dari produk itu sendiri yang sangat relatif sifatnya.

### **2.5 Keputusan Pembelian**

Kotler dan Armstrong (2009;181) dalam tahap evaluasi, konsumen menentukan peringkat merek dan membentuk niat pembelian. Keputusan pembelian (*purchase*

*decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Faktor pertama adalah sikap orang lain. Jika seseorang yang mempunyai arti penting bagi anda berpikir bahwa anda seharusnya membeli *smartphone* yang paling murah, maka peluang anda untuk membeli *smartphone* yang mahal berkurang.

Faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan. Konsumen mungkin membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga, dan manfaat produk yang diharapkan. Dan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk batik PT. Tidito.

Data yang diperlukan :

1. Identitas Responden.
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
4. Pengambilan keputusan pembelian.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian yang bersifat *causal study*. Hal ini dikarenakan, penelitian ini akan mencari hubungan sebab akibat antara variabel independen dengan variabel dependen. Menurut Sekaran (2013:98) *causal study* merupakan inti dari sebuah penelitian ilmiah. Hal ini disebabkan karena hipotesis yang muncul harus dibuktikan secara ilmiah. Pengujian hipotesis yang dilakukan berdasarkan pengolahan data yang diperoleh dari pengumpulan yang sudah dilakukan.

Obyek penelitian ini bersifat kualitatif, untuk itu diperlukan kuisisioner untuk mengukurnya. Kuisisioner ini berfungsi untuk mengkuantifikasikan obyek penelitian yang bersifat kualitatif. Sehingga penelitian ini dapat membuktikan hipotesis secara ilmiah. Dalam melakukan pengukuran obyek penelitian, kuisisioner yang digunakan menggunakan skala Likert. Skala Likert menunjukkan tingkatan persepsi dari responden atas pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuisisioner (Sekaran, 2013:220). Tingkatan paling rendah (1) menunjukkan jawaban Sangat Tidak Setuju dan tingkatan paling tinggi (5) menunjukkan jawaban Sangat Setuju.

#### **3.2 Operasional Variabel**

##### **3.2.1 Variabel Independen**

Variabel independen atau variabel bebas adalah salah satu faktor yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat (Sekaran, 2013:70). Pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen dapat berupa pengaruh positif maupun negatif. Pengaruh yang ditimbulkan variabel independen menyebabkan adanya hubungan sebab akibat dengan variabel

dependen. Untuk itu ketika terjadi perubahan pada variabel independen, maka akan menyebabkan perubahan pula pada variabel dependen. Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**a. Kualitas Produk (X1)**

Dimensi kualitas produk menurut Fandy Tjiptono (2008:25) mengemukakan, bahwa kualitas produk memiliki beberapa dimensi antara lain:

- Kinerja (Performance)
- Keistimewaan tambahan (Features)
- Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to Specification)
- Keandalan (Reliability)
- Daya Tahan (Durability)
- Estetika (Esthetic)
- Kualitas yang dipersepsikan (Perceived Quality)
- Kemudahan Perbaikan (Serviceability)

**b. Harga (X2)**

Variabel harga dalam penelitian ini merupakan variabel eksternal. Artinya data yang digunakan adalah persepsi tentang responden terhadap harga yang dimiliki oleh produk dari PT. Tidito. Persepsi yang diukur adalah harga dari produk PT. Tidito terhadap harga produk lain dalam industri fashion di Indonesia.

Dalam penelitian ini menggunakan empat indikator yang mencirikan harga yaitu (Stanton, 1998) :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

### **3.2.2 Variabel Dependen**

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian (Sekaran, 2013:69). Keberadaan variabel dependen tidak dapat berdiri sendiri atau dengan kata lain ada faktor-faktor yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai variabel dependen adalah Pengambilan Keputusan Pembelian (Y). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian adalah sebagai berikut:

- Lokasi yang strategis (mudah diakses)
- Pelayanan yang baik
- Kemampuan tenaga penjual
- Iklan dan promosi
- Penggolongan barang

### **3.3 Jenis Data**

Pada penelitian ini digunakan jenis data primer yaitu data yang berasal dari pengamatan langsung di lapangan, wawancara, survey dan teknik pengumpulan data yang lain. Khusus pada penelitian ini digunakan teknik survey dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen produk PT. Tidito.

Selain itu juga digunakan data sekunder yaitu data yang diperoleh berdasarkan studi literatur, pustaka ilmiah, atau sumber lain seperti buku, majalah, internet, dan media lain.

### **3.4 Sumber Data**

Data yang diperoleh pada penelitian ini tergolong data eksternal dikarenakan data berasal dari luar PT. Tidito. Responden yang menjadi obyek penelitian kali ini adalah penduduk kota Jakarta, karena pusat kegiatan PT. Tidito berada di Jakarta. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik tahun 2015, penduduk kota Jakarta mencapai 9.988.495 jiwa.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik survey dengan cara menyebar kuisioner kepada responden secara acak (random sampling). Pemilihan responden pada penelitian ini menggunakan teknik sampling berdasarkan rumus yang dikemukakan Slovin (1960):

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

Keterangan:

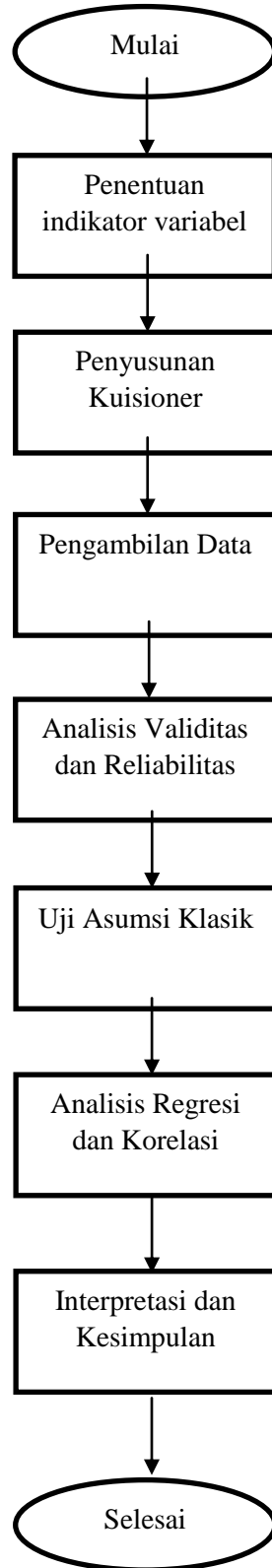
n : Ukuran sampel yang diperlukan

N : Ukuran populasi

e : Taraf kesalahan yang diperbolehkan dalam penelitian ini (5%)

Berdasarkan rumus di atas jumlah kusioner yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak  $399.98 \approx 400$ .

### 3.6 Kerangka Analisis



### Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran

## 3.7 Rancangan Analisis

### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk menguji indikator-indikator yang digunakan dalam kuisisioner (Sekaran, 2013:295). Apakah pertanyaan yang disajikan dalam kuisisioner sudah merepresentasikan indikator-indikator dari variabel yang digunakan atau belum. Apabila terdapat butir pertanyaan yang tidak valid maka, butir pertanyaan tersebut harus dibuang dari kuisisioner.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini bertujuan untuk mengukur kekonsistenan dan kestabilan sebuah kuisisioner (Sekaran, 2013:292). Indikator dalam melakukan uji reliabilitas adalah angka yang ditunjukkan *Cronbach's Alpha*. Menurut Sekaran (2013:293) semakin nilai *Cronbach's Alpha* mendekati nilai 1, maka kuisisioner yang digunakan semakin konsisten dan stabil. Ini artinya kuisisioner tersebut layak sebagai alat ukur sebuah penelitian.

### 3.7.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik dari data yang diperoleh dalam penelitian. Penggambaran yang dilakukan seperti rata-rata dan simpangan baku dari sample penelitian.

### 3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan sebagai syarat untuk melakukan analisis regresi. Adapun beberapa pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut

**a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas digunakan untuk melihat pola sebaran dari galat (error) pada model regresi. Hal ini bisa dilihat dengan cara menggunakan *scatter plot* atau juga *histogram*. Selain dengan menggunakan grafik, dapat juga dilihat pada nilai signifikansi yang ditunjukkan pada Kolmogorov-Smirnov. Uji Normalitas ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Galat pada model regresi menyebar secara normal

$H_a$  : Galat pada model regresi tidak menyebar secara normal

Pengambilan keputusan untuk pengujian hipotesis ini adalah bila nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov  $\geq 0.05$  maka keputusan yang diambil adalah menerima  $H_0$ . Sedangkan bila nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak. Pengujian ini menggunakan bantuan software SPSS 21.

**b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji keragaman galat (error). Syarat diterimanya asumsi klasik yang satu ini adalah jika ragam galat adalah sama. Ini ditunjukkan dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Ragam galat seragam

$H_a$  : Ragam galat tidak seragam

Pengambilan keputusan adalah dengan melihat nilai signifikansi *homogeneity test* dengan kaidah pengambilan keputusan yang sama dengan uji Normalitas. Jika bila nilai signifikansi  $\geq 0.05$  maka  $H_0$  diterima sedangkan jika nilai signifikansi  $< 0.05$   $H_0$  ditolak.

### c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah menguji tidak ada korelasi atau hubungan antar variabel independen (Sekaran, 2013:319). Untuk melihat uji multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Toleransi nilai VIF yang diperbolehkan adalah 10. Bila nilai  $VIF < 10$  maka dapat dikatakan tidak terdapat hubungan antar variabel independen. Sedangkan jika nilai  $VIF \geq 10$  maka terdapat hubungan antar variabel independen.

### 3.7.5 Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sekaran, 2013:315). Analisis regresi ini akan menghasilkan model regresi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana:

- Y : Variabel dependen
- $X_1$  : Variabel independen ke-1
- $X_2$  : Variabel independen ke-2
- $X_n$  : Variabel independen ke-n
- $\varepsilon$  : Galat (error)

Adapaun hipotesis yang harus diuji adalah sebagai berikut:

- $H_0$  : Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- $H_a$  : Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Pengujian hipotesis di atas merupakan pengujian secara simultan. Ini artinya kedua variabel independen dalam penelitian ini berada dalam satu

model regresi. Pengujian ini dapat menggunakan uji F atau dengan cara melihat nilai signifikansi yang muncul. Bila nilai signifikansi  $\geq 0.05$  maka keputusan yang diambil adalah  $H_0$  diterima. Sedangkan untuk nilai signifikansi yang muncul bernilai  $< 0.05$  maka keputusan yang diambil adalah  $H_0$  diterima.

Analisis regresi dengan pengujian variabel secara simultan dapat berlanjut ke analisis regresi dengan pengujian variabel independen secara parsial. Hal ini dilakukan dengan cara membentuk model regresi secara masing-masing untuk setiap variabel independen. Untuk pengujian secara parsial, dapat digunakan uji t parsial atau melihat nilai signifikansi yang muncul. Untuk kriteria pengambilan keputusan sama dengan kriteria pengujian secara simultan.

Secara rinci tujuan dari regresi linear berganda adalah sebagai berikut

- a. Untuk mengetahui kuatnya hubungan antara beberapa variabel bebas X dalam hal ini ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara serentak terhadap variabel terikat Y, dengan menggunakan koefisien korelasi berganda.
  - b. Untuk mengetahui kuatnya hubungan antara satu variabel X ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap Y, jika variabel lainnya konstan, dengan menggunakan koefisien korelasi parsial.
  - c. Untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap Y jika variabel lainnya konstan, dengan menggunakan koefisien regresi parsial.
  - d. Untuk meramalkan Y, jika semua variabel bebas X nilainya sudah diketahui dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda.
- Membuat persamaan Regresi Berganda

➤ Membuat tabel penolong

No	$x_1$	$x_2$	Y	$x_1^2$	$x_2^2$	$y^2$	$x_1y$	$x_2y$	$x_1x_2$
----	-------	-------	---	---------	---------	-------	--------	--------	----------

1									
2									
.									
N	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =

**Langkah-langkah menentukan analisis regresi:**

1. Membuat  $H_0$  dan  $H_a$  dalam bentuk kalimat.
2. Membuat  $H_0$  dan  $H_a$  dalam bentuk statistik.
3. Membuat tabel penolong menghitung angka statistik.
4. Hitung nilai  $a$ ,  $b_1$ , dan  $b_2$  dengan rumus:

$$b_1 = \frac{(\Sigma x_2^2)(\Sigma x_1 y) - (\Sigma x_1 x_2)(\Sigma x_2 y)}{(\Sigma x_1^2)(\Sigma x_2^2) - (\Sigma x_1 x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\Sigma x_1^2)(\Sigma x_2 y) - (\Sigma x_1 x_2)(\Sigma x_1 y)}{(\Sigma x_1^2)(\Sigma x_2^2) - (\Sigma x_1 x_2)^2}$$

$$a = \left(\frac{\Sigma Y}{n}\right) - b_1 \left(\frac{\Sigma X_1}{n}\right) - b_2 \left(\frac{\Sigma X_2}{n}\right)$$

Dimana :

- $\Sigma x_1^2 = \Sigma X_1^2 - \frac{(\Sigma X_1)^2}{n}$
- $\Sigma x_2^2 = \Sigma X_2^2 - \frac{(\Sigma X_2)^2}{n}$
- $\Sigma y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$
- $\Sigma x_1 y = \Sigma X_1 Y - \frac{(\Sigma X_1)(\Sigma Y)}{n}$
- $\Sigma x_2 y = \Sigma X_2 Y - \frac{(\Sigma X_2)(\Sigma Y)}{n}$

- $$\Sigma x_1 x_2 = \Sigma X_1 X_2 - \frac{(\Sigma X_1)(\Sigma X_2)}{n}$$

### 3.7.6 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk melihat keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Sekaran, 2013). Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang muncul pada output software 21. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  berkisar antara  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Semakin nilai koefisien mendekati angka 1 berarti variabel independen tersebut memiliki hubungan yang semakin erat dengan variabel dependen. Begitu pula sebaliknya, jika angka koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati nilai 0 maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen semakin tidak erat.

Rumus analisis korelasi sederhana adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:    r        =        Nilai korelasi sederhana  
                   x        =        Variabel bebas (*independent*)  
                   y        =        Variabel terikat (*dependent*)

indeks atau angka yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara 3 variabel/lebih. Analisis korelasi berganda berfungsi untuk mencari besarnya hubungan antara dua variabel bebas (X) atau lebih secara simultan dengan variabel terikat (Y). Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$R_{(X_1, X_2, Y)} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1 y} + r^2_{x_2 y} - 2(r_{x_1 y})(r_{x_2 y})(r_{x_1 x_2})}{1 - r^2_{x_1 x_2}}}$$

Apabila dua variabel X dan Y mempunyai hubungan, maka nilai variabel X yang sudah diketahui dapat dipergunakan untuk memperkirakan Y. Suatu hubungan X dan Y dapat dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y.

## **BAB IV**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Perusahaan**

Keinginan untuk menjadi seorang pengusaha mendorong Bapak Sadewo membentuk usaha pakaian jadi, pada tahun 1998 Bapak Sadewo resmi membuka sebuah usaha garmen kecil dibantu oleh sang kakak yang sudah lebih dahulu terjun dibidang usaha yang sama di daerah Cipayung, Jakarta Timur.

Awalnya Bapak Sadewo menjalankan usahanya berdasarkan pesanan dari tetangga, keluarga dan kolega. Usaha ini ia dijalankan dengan menyewa sebuah kontrakan di daerah Ciracas, Jakarta Timur. Pada tahun 2001 Bapak Sadewo memberanikan diri untuk meminjam modal dan mengembangkan usahanya. Ia lantas memberi nama usahanya Toko Tadito dan menyewa sebuah ruko dikawasan yang tidak jauh dari tempat lama usahanya.

Hingga saat ini Toko Tadito terus mengembangkan usahanya,. UsaToko Tadito meningkat dengan menyewa satu ruko lagi yang digunakan sebagai *Outlet* Penjualan. Tidak hanya menunggu konsumen, Bapak Sadewo juga turut menghampiri konsumen dengan mengikuti kegiatan pameran busana nasional yang dilakukan baik oleh pihak Pemerintah maupun pihak Swasta.

##### **4.1.2 Lokasi Perusahaan**

Lokasi perusahaan merupakan tempat di mana perusahaan melakukan proses produksi. Lokasi sebuah perusahaan sangat menentukan maju tidaknya sebuah perusahaan. Dengan pemilihan lokasi yang tepat dan strategis, maka akan memudahkan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan dan target perusahaan secara maksimal sehingga pertimbangan pertama di dalam mendirikan sebuah usaha adalah penentuan lokasi atau letak perusahaan.

Lokasi perusahaan PT. Toko Tidito terletak di Jalan Cipayung Blok T1 NO. 8 Kelurahan Cipayung Jakarta Timur. Lokasi ini cukup strategis dimana selain dekat dengan jangkauan konsumen, serta juga memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuannya sesuai dengan keinginan perusahaan secara efisien dan efektif.

#### **4.1.3 Visi Misi Perusahaan**

**Visi Perusahaan:**

”Unggul Dalam Kualitas dan Menjaga Kepuasan Konsumen”

**Misi Perusahaan:**

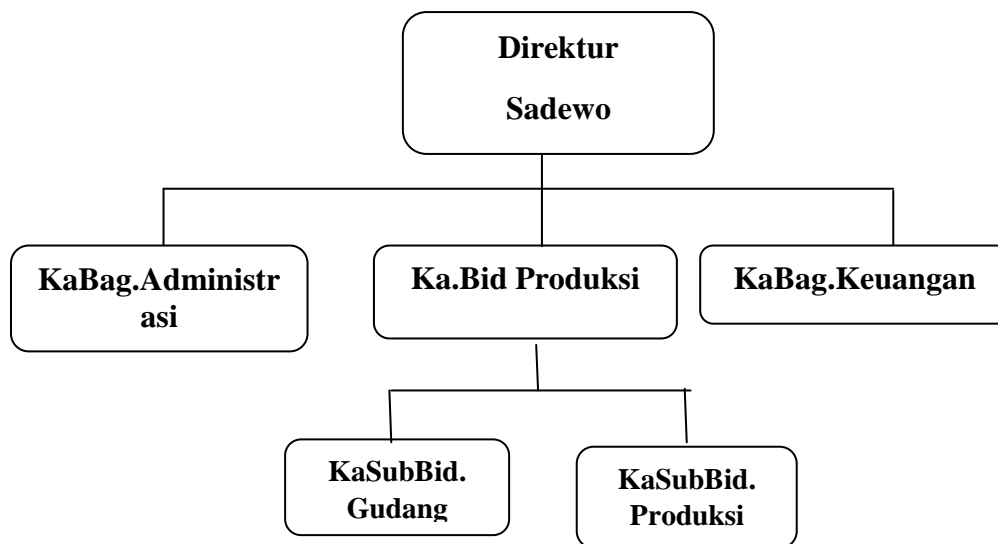
- Menjaga kualitas setiap produk hingga ke tangan konsumen..
- Mempermudah konsumen untuk memperoleh produk.
- Menciptakan dan membuat produk dengan kualitas Nasional (SNI).

#### **4.1.4 Profil Perusahaan**

Nama Perusahaan	: PT. Toko Tidito
Nama Produk	: Pakaian Tidito
Nama Pemilik	: Sadewo
Tahun Berdiri	: 1998
Klasifikasi kelas	: Menengah
Jenis Usaha	: Pakaian Jadi
Daerah Kerja	: Kota Jakarta Timur
Alamat / Tempat Usaha	: Jl. Raya Cipayung blok T1 no. 8 Kel.Cipayung , Jakarta Timur
Telepon	: (021) 84590310
Nomor SIUP	: 02974-05/PK/1.824.271
Nomor TDP	: 09.04.5.47.19871
Nomor NPWP	: 59.066.014.8-009.000
Jumlah Pekerja	: 14 Orang

#### 4.1.5 Struktur Organisasi

Salah satu unsur pendukung dalam menentukan kesuksesan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan adalah sistem struktur organisasi perusahaan tersebut. Struktur organisasi ini menggambarkan dan menyatakan adanya urutan dan tanggung jawab diantara bagian-bagian yang ada dalam struktur tersebut. Dengan adanya struktur organisasi maka masing-masing bagian dapat mengetahui dengan jelas apa yang menjadi tanggung jawab dan wewenang seluruh karyawan serta kepada siapa mereka harus bertanggung jawab.



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Titi Tidito

#### Deskripsi Jabatan

##### 1. Direktur

Sebagai pemilik sekaligus direktur PT. Toko Tidito mengemban tugas dan wewenang sebagai berikut:

- a. Melakukan pengawasan secara menyeluruh atas semua kegiatan produksi dan non produksi yang terjadi di perusahaan.
- b. Memeriksa keuangan perusahaan dan membuat keputusan untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang.

- c. Bertanggung jawab secara sepenuhnya terhadap jalannya operasional perusahaan dan memperhatikan kondisi baik material maupun tenaga kerja.
- d. Merumuskan rencana tujuan, sasaran dan kebijakan umum perusahaan secara keseluruhan.

## **2. Kepala Bagian Keuangan**

Tugas dari bagian keuangan antara lain sebagai berikut:

- a. Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang.
- b. Mencatat data penjualan dan pembelian.
- c. Mencatat dan melaksanakan pembayaran gaji dan upah karyawan.
- d. Mencatat dan melaporkan arus kas perusahaan kepada pemilik perusahaan.

## **3. Kepala Bidang Produksi**

Tugas dari kepala bidang produksi antara lain:

- a. Menangani masalah penyimpanan bahan baku, bahan penolong, hasil produksi serta alat-alat produksi.
- b. Bertanggung jawab terhadap proses dan hasil produksi baik kualitas maupun kontinuitasnya.
- c. Melaporkan dan mendistribusikan produk ke bagian pemasaran.
- d. Melakukan pencatatan seluruh aktifitas produksi.

## **4. Kepala Bidang Administrasi**

Tugas dari kepala bidang administrasi antara lain:

- a. Menerima informasi dari konsumen.
- b. Menerima penerimaan order dari karyawan cabang.
- c. Membuat invoice.
- d. Menerima informasi untuk pengecekan bahan baku.
- e. Melakukan pengecekan kepada kurir saat mengantar produk.

## 5. Kepala Sub Bidang Gudang

Tugas dari kepala bidang administrasi antara lain:

- a. Melakukan penerimaan serta pengecekan bahan baku.
- b. Melakukan penerimaan kue yang sudah selesai di produksi.
- c. Melakukan pembagian produk untuk di bagikan ke setiap konter berdasarkan pesanan.

## 6. Kepala Sub Bidang Produksi.

- a. Bertanggung jawab atas pemrosesan bahan-bahan yang sedang diolah.
- b. Melakukan pengecekan produk layak atau tidaknya.

### 4.1.6 Aspek Pemasaran

Menurut Philip Kotler Pemasaran adalah suatu proses dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk serta jasa dengan sesamanya. Konsep akhirnya membawa kita daur utuh pada konsep pemasaran. Pemasaran berarti kerja dengan pasar untuk mewujudkan pertukaran potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

#### A. Produk yang di pasarkan

Jenis Produk yang dipasarkan oleh Toko Tadito terdiri dari dua jenis produk yaitu pakaian jadi wanita dan pakaian jadi pria.

No.	Jenis Produk	Keterangan
1	<b>Pakaian Pria</b>	Terdiri dari beberapa jenis pakaian, antara lain pakaian Kemeja batik, pakaian muslim dan pakaian pengantin pria.
2	<b>Pakaian Wanita</b>	Terdiri dari beberapa jenis pakaian, antara lain pakaian batik, baju muslimah, kebaya dan

		gaun pengantin.
--	--	-----------------

## B. Wilayah pemasaran

Wilayah Pemasaran yang dilakukan oleh Toko Tadito mencakup nasional, hal ini dilakukan dengan cara mengikuti pameran busana nasional di berbagai daerah yang diselenggarakan oleh pemerintah. Sedangkan untuk *outlet* toko tadito yang berada di kawasan Ciracas Jakarta Timur wilayah pemasarannya berkonsentrasi pada wilayah JABODETABEK.

## C. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk kedalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka memberikan kepuasan bagi konsumen.

Ada empat kriteria yang harus dipenuhi segmen pasar agar proses segmentasi pasar dapat dijalankan dengan efektif dan bermanfaat bagi perusahaan, yaitu:

- Terukur (*Measurable*), artinya segmen pasar tersebut dapat diukur, baik besarnya, maupun luasnya serta daya beli segmen pasar tersebut.
- Terjangkau (*Accessible*), artinya segmen pasar tersebut dapat dicapai sehingga dapat dilayani secara efektif.
- Cukup luas (*Substantial*), sehingga dapat menguntungkan bila dilayani.
- Dapat dilaksanakan (*Actionable*), sehingga semua program yang telah disusun untuk menarik dan melayani segmen pasar itu dapat efektif.

Adapun segmentasi pasar dari PT. Toko Tidito adalah sebagai berikut:

### Segmentasi atas dasar demografis

Segmentasi pasar dilakukan dengan cara memisahkan pasar kedalam kelompok-kelompok yang didasarkan pada variabel-variabel demografis, yaitu: umur, jenis kelamin, pendapatan, agama, pendidikan, pekerjaan, dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya, variabel-variabel demografis disajikan dalam tabel berikut:

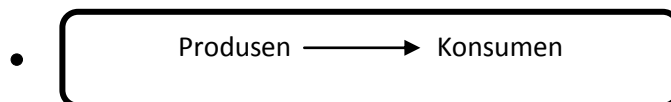
**Tabel 4-1 Variabel Demografis**

Variabel Demografis	Keterangan
Umur	Semua umur
Jenis Kelamin	Laki-laki dan perempuan
Pendapatan	≤ Rp. 500.000
Pendidikan	Tidak mengenal batas pendidikan
Pekerjaan	Mencakup semua jenis pekerjaan

#### **D. Saluran distribusi**

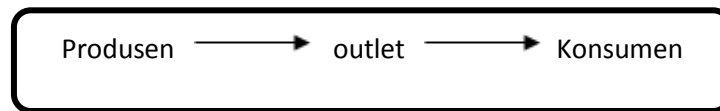
Suatu barang tidak bergerak secara otomatis dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu, setelah barang selesai dibuat dan siap dipasarkan, tahap berikutnya adalah menentukan metode dan cara yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar, namun kita selaku produsen tidak dapat mengontrol alur distribusi ini karena pembeli yang datang bukan hanya konsumen, selain itu ada juga beberapa pedagang besar dan pengecer yang datang untuk membeli barang hasil produksi.

Berikut adalah dua jenis saluran distribusi yang digunakan PT. Toko Tidito dalam memasarkan produknya:



**Gambar 4-2 Saluran Distribusi PT. Toko Tidito**

Saluran distribusi dari produsen ke konsumen merupakan saluran distribusi paling sederhana, dimana produsen menyalurkan barangnya langsung ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.



Saluran distribusi ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan saluran distribusi tradisional. Pada jenis saluran distribusi ini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar pada pengecer dilayani oleh produsen dan konsumen dilayani oleh pengecer.

Fungsi saluran distribusi:

1. Information yaitu mengumpulkan informasi penting tentang konsumen dan pesaing untuk merencanakan dan membantu pertukaran.
2. Negotiation yaitu mencoba untuk menyepakati harga dan syarat-syarat lain, sehingga sehingga memungkinkan perpindahan hak pemilikan.
3. Promotion yaitu pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif tentang produk yang ditawarkan.
4. Ordering yaitu pihak distributor memesan barang kepada perusahaan.
5. Payment yaitu pembeli membayar tagihan kepada penjual melalui bank atau lembaga keuangan lainnya.
6. Title yaitu perpindahan kepemilikan barang dari suatu organisasi atau orang kepada organisasi/ orang lain.
7. Financing yaitu meminta dan memanfaatkan dana untuk biaya-biaya dalam pekerjaan saluran distribusi.
8. Risk Taking yaitu menanggung resiko sehubungan dengan pelaksanaan saluran distribusi

#### 4.1.7 Gambaran Umum Sampel

Pada penelitian kali ini sampel yang digunakan adalah konsumen PT. Tidito di kota Jakarta. Hal ini dikarenakan tempat aktivitas utama PT. Tidito berada di Jakarta. Jumlah sampel diambil berdasarkan rumus Slovin yaitu sebesar 400 sampel. Angka ini diperoleh dari total populasi penduduk kota Jakarta sebesar 9.988.495 jiwa.

Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner secara online dari bulan Juli sampai dengan bulan Agustus 2016. Karena keterbatasan waktu kuisisioner yang terkumpul sebanyak 116 kuisisioner dan yang layak untuk diolah terdapat 78 kuisisioner. Hal ini akan dijelaskan pada Tabel 4.1 berikut:

<b>Domisili</b>	<b>Jumlah</b>
Jakarta	78
Luar Jakarta	38
<b>Total</b>	<b>116</b>

Dari kuisisioner yang disebar dalam kurun waktu tertentu seperti yang sudah disampaikan sebelumnya, kuisisioner yang terisi ada 116 kuisisioner. Dari 116 kuisisioner yang terisi, 38 diantara adalah masyarakat yang berdomisili di luar Jakarta. Kuisisioner tidak bisa diolah karena diluar batasan masalah pada penelitian ini. Sehingga kuisisioner yang bisa dilakukan analisis lebih lanjut untuk keperluan penelitian ini ada 78 buah.

**Tabel 4. 3 Hasil Rekap Data**

No	Nama	Domisili
1	Chandra	Jakarta
2	Christin	Jakarta
3	Rio Harianto	Jakarta
4	Hesti	Jakarta
5	Renolga	Jakarta
6	Sudarto	Jakarta

7	Faradibha	Jakarta
8	Putri	Jakarta
9	Aisyah	Jakarta
10	Safitri	Jakarta
11	Yulia herna	Jakarta
12	Sugito	Jakarta
13	Affrilia	Jakarta
14	Hermawan	Jakarta
15	Elsa	Jakarta
16	David	Jakarta
17	Wibowo	Jakarta
18	Syahrial	Jakarta
19	Yolla	Jakarta
20	Dewi putrid	Jakarta
21	Sani lovenia	Jakarta
22	Apriditha	Jakarta
23	Dwi eka	Jakarta
24	Betty markis	Jakarta
25	Hendar	Jakarta
26	Doni	Jakarta
27	Hannifah	Jakarta
28	Eka lasma	Jakarta
29	Luqman	Jakarta
30	Elsa renata	Jakarta
31	Hany Hasanah	Jakarta
32	Bartolo	Jakarta
33	Susan Virginia	Jakarta
34	Elisabet	Jakarta
35	Relly meha	Jakarta
36	Luffy	Jakarta
37	Sokiono	Jakarta

38	Frans	Jakarta
39	Christina	Jakarta
40	Sarah	Jakarta
41	Amelia putrid	Jakarta
42	Budiman	Jakarta
43	Mey candra	Jakarta
44	<b>Hengki</b>	Jakarta
45	<b>welly nati</b>	Jakarta
46	<b>putri rachmi</b>	Jakarta
47	<b>Hilya sonata</b>	Jakarta
48	<b>Faradhiba</b>	Jakarta
49	Hendang	Jakarta
50	Soraya	Jakarta
51	Dwi	Jakarta
52	Eka purnama	Jakarta
53	Maria sinurat	Jakarta
54	Erika	Jakarta
55	Putrid	Jakarta
56	Arino	Jakarta
57	Agustiantono	Jakarta
58	Amanda	Jakarta
59	Kartika Putriana	Jakarta
60	Mulyadi	Jakarta
61	Willy Sondang	Jakarta
62	Edgar	Jakarta
63	Ulfa azmy	Jakarta
64	Prety Ayu	Jakarta
65	Aditya	Jakarta
66	Miranda	Jakarta
67	Ulfa	Jakarta
68	Samuel	Jakarta

69	Anissa	Jakarta
70	Edward sinaga	Jakarta
71	Laurent	Jakarta
72	Fathoni	Jakarta
73	Detti khamila	Jakarta
74	Yasmin	Jakarta
75	Nuke pratiwi	Jakarta
76	Arista	Jakarta
77	Sulaiman	Jakarta
78	Riska Ayu	Jakarta
79	Budi Prasetyo	Luar Jakarta
80	Yoga Hutabarat	Luar Jakarta
81	Dedi	Luar Jakarta
82	Hendroyono	Luar Jakarta
83	Dewi	Luar Jakarta
84	Dina Putri	Luar Jakarta
85	Larrasati	Luar Jakarta
86	Afif	Luar Jakarta
87	Khamsani	Luar Jakarta
88	Bahrudin	Luar Jakarta
89	Fajar	Luar Jakarta
90	Bunga Amalia	Luar Jakarta
91	Sonya Sinta	Luar Jakarta
92	Doni	Luar Jakarta
93	Rizky	Luar Jakarta
94	Yuzma	Luar Jakarta
95	Lola	Luar Jakarta
96	Darti Risma	Luar Jakarta
97	Anisa	Luar Jakarta
98	Rara	Luar Jakarta
99	Dwi	Luar Jakarta

100	Ari newgat	Luar Jakarta
101	Andi	Luar Jakarta
102	Lucky	Luar Jakarta
103	Recky	Luar Jakarta
104	Devita	Luar Jakarta
105	Yola	Luar Jakarta
106	Putri	Luar Jakarta
107	Eka	Luar Jakarta
108	Ningsih	Luar Jakarta
109	Istanto	Luar Jakarta
110	Herlambang	Luar Jakarta
111	Nanda	Luar Jakarta
112	Ismail	Luar Jakarta
113	Rasidin	Luar Jakarta
114	Ayu	Luar Jakarta
115	Chintya	Luar Jakarta
116	Grayu	Luar Jakarta

Di dapatkan 116 quisioner responden degan data :

**78** dari Jakarta dan **38** dari luar Jakarta

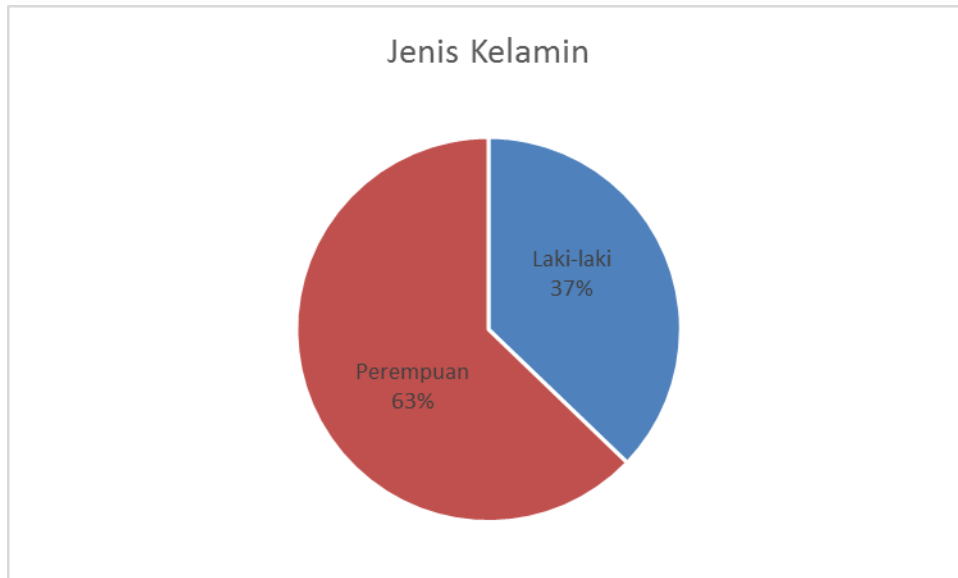
#### 4.2 Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini menggunakan skala Likert dengan skala 1 sampai dengan 5. Nilai 1 menunjukkan jawaban Sangat Tidak Setuju, 2 menunjukkan jawaban Tidak Setuju, 3 menunjukkan jawaban Biasa/Netral, 4 menunjukkan jawaban nilai Setuju, dan nilai 5 menunjukkan jawaban Sangat Setuju. Penelitian ini menggunakan bantuan software Microsoft Excel dan SPSS 21 dalam mengolah data yang diperoleh.

Dari data penelitian yang diperoleh didapatkan hasil bahwa **37%** responden adalah berjenis kelamin laki-laki dan **63%** berjenis kelamin perempuan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4.3 berikut:

**Gambar 4.3 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

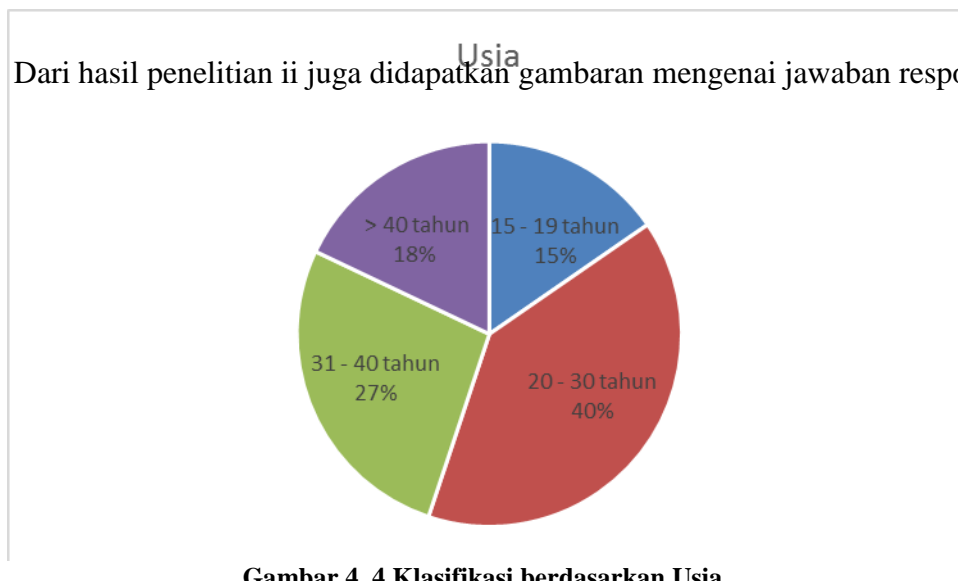
Dalam penelitian ini juga digunakan klasifikasi berdasarkan usia yaitu usia



responden yang berusia 15-19 tahun, 20-30 tahun, 31-40 tahun, dan > 40 tahun. Banyaknya responden berdasarkan klasifikasi usia dapat dilihat pada Tabel dan Gambar berikut:

**Tabel 4. 4 Tabel Klasifikasi Responden berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah
15 - 19 tahun	12
20 - 30 tahun	31
31 - 40 tahun	21
> 40 tahun	14
<b>Total</b>	<b>78</b>



Dari hasil penelitian ini juga didapatkan gambaran mengenai jawaban responden terhadap variabel-

**Gambar 4. 4 Klasifikasi berdasarkan Usia**

**Tabel 4. 5 Deskriptif Responden untuk Masing-Masing Variabel**

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Kualitas Produk	78	1.80	4.40	3.0692	.62571	.392
Harga	78	1.00	5.00	2.8910	1.04648	1.095
Keputusan	78	1.75	4.50	2.9679	.68774	.473
Valid N (listwise)	78					

### 4.3 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah pertanyaan yang digunakan sudah sesuai dalam kuisisioner sebagai alat ukur penelitian. Setiap item pertanyaan diukur terhadap skor total yang diperoleh masing-masing variabel. Berikut adalah hasil pengujian validitas pada tiap item pertanyaan untuk masing-masing variabel:

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk**

Correlations							
		Performance	Conformance of Specification	Features and Esthetic	Reliability and Durability	Perceived Quality and Serviceability	Total_X1
Performance	Pearson Correlation	1	.148	-.116	-.154	.040	.406**
	Sig. (2-tailed)		.195	.310	.177	.725	.000
	N	78	78	78	78	78	78
Conformance of Specification	Pearson Correlation	.148	1	.027	-.155	.154	.491**
	Sig. (2-tailed)	.195		.814	.176	.178	.000
	N	78	78	78	78	78	78
Features and Esthetic	Pearson Correlation	-.116	.027	1	.066	.079	.481**
	Sig. (2-tailed)	.310	.814		.566	.493	.000
	N	78	78	78	78	78	78

Reliability and Durability	Pearson Correlation	-.154	-.155	.066	1	.021	.338**
	Sig. (2-tailed)	.177	.176	.566		.855	.002
	N	78	78	78	78	78	78
Perceived Quality and Serviceability	Pearson Correlation	.040	.154	.079	.021	1	.567**
	Sig. (2-tailed)	.725	.178	.493	.855		.000
	N	78	78	78	78	78	78
Total_X1	Pearson Correlation	.406**	.491**	.481**	.338**	.567**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	
	N	78	78	78	78	78	78

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

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Harga (X2)**

**Correlations**

		Harga Terjangkau	Harga Murah dari Competitor	Total_X2
Harga Terjangkau	Pearson Correlation	1	-.033	.673**
	Sig. (2-tailed)		.773	.000
	N	78	78	78
Harga Murah dari Competitor	Pearson Correlation	-.033	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.773		.000
	N	78	78	78
Total_X2	Pearson Correlation	.673**	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	78	78	78

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

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan (Y)**

**Correlations**

		Strategis	Pelayanan yang baik	Iklan dan Promosi	Pengelompokan Barang	Total_Y
Strategis	Pearson Correlation	1	.109	.071	-.207	.525**
	Sig. (2-tailed)		.342	.538	.070	.000

	N	78	78	78	78	78
Pelayanan yang baik	Pearson Correlation	.109	1	.026	-.116	.522**
	Sig. (2-tailed)	.342		.823	.311	.000
	N	78	78	78	78	78
Iklan dan Promosi	Pearson Correlation	.071	.026	1	.008	.570**
	Sig. (2-tailed)	.538	.823		.944	.000
	N	78	78	78	78	78
Pengelompokan Barang	Pearson Correlation	-.207	-.116	.008	1	.326**
	Sig. (2-tailed)	.070	.311	.944		.004
	N	78	78	78	78	78
Total_Y	Pearson Correlation	.525**	.522**	.570**	.326**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	
	N	78	78	78	78	78

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

#### 4.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk melihat secara keseluruhan dari tiap pertanyaan yang digunakan dalam satu variabel apakah sudah dapat menjadi kesatuan yang baik untuk mengukur sebuah variabel. Untuk melihat hasil uji reliabilitas ini dapat dilihat nilai Cronbach Alpha yang muncul. Semakin mendekatin angka 1 berarti pertanyaan yang digunakan semakin baik. Adapun standar yang biasa dipakai untuk nilai Cronbach Alpha sebagai patokan apakah pertanyaan yang digunakan sudah dapat untuk mengukur sebuah variabel adalah sebesar 0.7. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel:

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)**

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.758	5

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)**

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

.704	2
------	---

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengambilan Keputusan (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	4

#### 4.5 Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan sebagai salah satu uji syarat sebelum membentuk model regresi. Uji ini dilakukan dengan melihat galat (error) pada model regresi. Bila galat (error) menyebar secara normal maka model tersebut dapat diterima. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian normal adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Galat (error) menyebar secara Normal

$H_a$  : Galat (error) tidak menyebar secara Normal

Tabel 4.10 akan menunjukkan hasil pengujian Normalitas pada penelitian ini.

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000

	Std. Deviation	.68735545
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.690
Asymp. Sig. (2-tailed)		.728

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat keragaman galat (error).

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat Heteroskedastisitas

$H_a$  : Terdapat Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas akan disajikan dalam berikut:

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Kualitas Produk	Harga	Unstandardized Residual
Kualitas Produk	Correlation	1.000	.056	-.069
	Coefficient			
	Sig. (2-tailed)	.	.623	.549
Spearman's rho	N	78	78	78
	Correlation	.056	1.000	.017
	Coefficient			
Harga	Sig. (2-tailed)	.623	.	.886
	N	78	78	78

	Correlation		-.069	.017	1.000
Unstandardized	Coefficient				
Residual	Sig. (2-tailed)		.549	.886	.
	N		78	78	78

#### b. Uji Multikolonieritas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi antar variabel independen.

Hasil uji multikolonieritas ini akan disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4. 1 Hasil Uji Multikolonieritas**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.873	.448		6.414	.000		
1							
Kualitas Produk	2.036	.127	2.033	5.283	.000	.999	1.001
Harga	2.005	.076	2.008	5.071	.000	.999	1.001

a. Dependent Variable: Keputusan

#### 4.6 Analisis Regresi

Analisis regresi ini digunakan untuk mengetahui variabel independen mana yang berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini akan dilihat variabel mana yang berpengaruh antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel dependen Pengambilan Keputusan (Y). Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: Tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel Pengambilan Keputusan(Y)

H<sub>a</sub>: Minimal terdapat satu variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel Pengambilan Keputusan (Y)

- Membuat persamaan Regresi Berganda
  - Membuat tabel penolong

No	x <sub>1</sub>	x <sub>2</sub>	Y	x <sub>1</sub> <sup>2</sup>	x <sub>2</sub> <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>	x <sub>1</sub> y	x <sub>2</sub> y	x <sub>1</sub> x <sub>2</sub>
1									
2									
.									
N	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =	Σ =

**Langkah-langkah menentukan analisis regresi:**

1. Membuat H<sub>0</sub> dan H<sub>a</sub> dalam bentuk kalimat.
2. Membuat H<sub>0</sub> dan H<sub>a</sub> dalam bentuk statistik.
3. Membuat tabel penolong menghitung angka statistik.
4. Hitung nilai a, b<sub>1</sub>, dan b<sub>2</sub> dengan rumus:

$$a = \left(\frac{\sum Y}{n}\right) - b_1 \left(\frac{\sum X_1}{n}\right) - b_2 \left(\frac{\sum X_2}{n}\right)$$

$$b_1 = \frac{(\sum x_2^2)(\sum x_1 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_2 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum x_1^2)(\sum x_2 y) - (\sum x_1 x_2)(\sum x_1 y)}{(\sum x_1^2)(\sum x_2^2) - (\sum x_1 x_2)^2}$$

Dimana :



- $\Sigma x_1^2 = \Sigma X_1^2 - \frac{(\Sigma X_1)^2}{n}$
- $\Sigma x_2^2 = \Sigma X_2^2 - \frac{(\Sigma X_2)^2}{n}$
- $\Sigma y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$
- $\Sigma x_1y = \Sigma X_1Y - \frac{(\Sigma X_1)(\Sigma Y)}{n}$
- $\Sigma x_2y = \Sigma X_2Y - \frac{(\Sigma X_2)(\Sigma Y)}{n}$
- $\Sigma x_1x_2 = \Sigma X_1X_2 - \frac{(\Sigma X_1)(\Sigma X_2)}{n}$

**Tabel 4. 15 Data Total Daftar Responden**

Responden	Kualitas Produk (X1)	Harga (X2)	Pengambilan keputusan (Y)
1	3.6	4	2.75
2	3.2	1.5	4
3	1.8	2	2.5
4	3	3.5	3.25
5	2.2	4	2.75
6	4	4	3.5
7	3.6	1.5	2.5
8	3.4	2.5	1.75
9	3.4	4	3.25
10	3.6	2	2.25
11	4	4	3.25
12	3.4	1	2.75
13	2.8	2	2.5
14	3.2	2.5	3
15	2.8	2.5	3.25
16	2.4	2	3.75
17	2.8	3	3.75

18	4.4	2.5	2.25
19	3.4	3	2.75
20	3.4	2.5	2.5
21	2.6	2	2.5
22	3	4	3.75
23	3	5	2
24	2.2	2.5	3.5
25	3.4	3.5	2.75
26	2.8	3	3.25
27	2	4	3.25
28	2	4.5	2.25
29	3	2	3.25
30	3.2	3.5	3.75
31	1.8	2	2.25
32	3.6	2	3.25
33	3.2	2	2.25
34	3.8	4.5	2
35	3.4	2.5	2
36	3	2.5	2.5
37	2.2	2	3.25
38	3.8	3.5	4.5
39	3.6	2.5	3.75
40	2.4	1	2.75
41	4.4	2.5	3.5
42	2.8	2.5	1.75
43	2.8	4.5	1.75
44	3	3	2.25
45	2.4	2	3.5
46	3.2	3	4.25
47	3.8	1.5	3
48	2.4	2	3

49	2.4	3	2
50	2.6	2.5	3
51	4	4	2.75
52	2	4	4.5
53	2.2	3.5	2.25
54	3	5	2.75
55	4.2	1	4.25
56	2.6	2	2.25
57	3.8	4	2.5
58	3.8	3.5	2.25
59	2.8	2.5	3
60	3	3.5	3.25
61	3.2	3	3
62	2.4	4.5	3.75
63	3	2	3
64	3.2	5	3.75
65	4	5	3.25
66	4	2.5	2
67	2.8	2	3
68	3.8	2.5	2.5
69	2.6	3	3
70	2.6	3	2.75
71	3	4	2.75
72	2.6	2.5	2.25
73	3	4.5	4.25
74	3.2	2.5	4
75	2.8	1.5	3.25
76	2.6	3	2.75
77	4	2	3.25
78	3	1	4.25

Responden	Kualitas Produk (X1)	Harga (X2)	Pengambilan keputusan (Y)	X1 <sup>2</sup>	X2 <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	X1Y	X2Y	X1X2
1	3.6	4	2.75	12.96	16	7.5625	9.9	11	14.4
2	3.2	1.5	4	10.24	2.25	16	12.8	6	4.8
3	1.8	2	2.5	3.24	4	6.25	4.5	5	3.6
4	3	3.5	3.25	9	12.25	10.5625	9.75	11.375	10.5
5	2.2	4	2.75	4.84	16	7.5625	6.05	11	8.8
6	4	4	3.5	16	16	12.25	14	14	16
7	3.6	1.5	2.5	12.96	2.25	6.25	9	3.75	5.4
8	3.4	2.5	1.75	11.56	6.25	3.0625	5.95	4.375	8.5
9	3.4	4	3.25	11.56	16	10.5625	11.05	13	13.6
10	3.6	2	2.25	12.96	4	5.0625	8.1	4.5	7.2
11	4	4	3.25	16	16	10.5625	13	13	16
12	3.4	1	2.75	11.56	1	7.5625	9.35	2.75	3.4
13	2.8	2	2.5	7.84	4	6.25	7	5	5.6
14	3.2	2.5	3	10.24	6.25	9	9.6	7.5	8
15	2.8	2.5	3.25	7.84	6.25	10.5625	9.1	8.125	7
16	2.4	2	3.75	5.76	4	14.0625	9	7.5	4.8
17	2.8	3	3.75	7.84	9	14.0625	10.5	11.25	8.4
18	4.4	2.5	2.25	19.36	6.25	5.0625	9.9	5.625	11
19	3.4	3	2.75	11.56	9	7.5625	9.35	8.25	10.2
20	3.4	2.5	2.5	11.56	6.25	6.25	8.5	6.25	8.5
21	2.6	2	2.5	6.76	4	6.25	6.5	5	5.2
22	3	4	3.75	9	16	14.0625	11.25	15	12
23	3	5	2	9	25	4	6	10	15
24	2.2	2.5	3.5	4.84	6.25	12.25	7.7	8.75	5.5
25	3.4	3.5	2.75	11.56	12.25	7.5625	9.35	9.625	11.9
26	2.8	3	3.25	7.84	9	10.5625	9.1	9.75	8.4
27	2	4	3.25	4	16	10.5625	6.5	13	8

28	2	4.5	2.25	4	20.25	5.0625	4.5	10.125	9
29	3	2	3.25	9	4	10.5625	9.75	6.5	6
30	3.2	3.5	3.75	10.24	12.25	14.0625	12	13.125	11.2
31	1.8	2	2.25	3.24	4	5.0625	4.05	4.5	3.6
32	3.6	2	3.25	12.96	4	10.5625	11.7	6.5	7.2
33	3.2	2	2.25	10.24	4	5.0625	7.2	4.5	6.4
34	3.8	4.5	2	14.44	20.25	4	7.6	9	17.1
35	3.4	2.5	2	11.56	6.25	4	6.8	5	8.5
36	3	2.5	2.5	9	6.25	6.25	7.5	6.25	7.5
37	2.2	2	3.25	4.84	4	10.5625	7.15	6.5	4.4
38	3.8	3.5	4.5	14.44	12.25	20.25	17.1	15.75	13.3
39	3.6	2.5	3.75	12.96	6.25	14.0625	13.5	9.375	9
40	2.4	1	2.75	5.76	1	7.5625	6.6	2.75	2.4
41	4.4	2.5	3.5	19.36	6.25	12.25	15.4	8.75	11
42	2.8	2.5	1.75	7.84	6.25	3.0625	4.9	4.375	7
43	2.8	4.5	1.75	7.84	20.25	3.0625	4.9	7.875	12.6
44	3	3	2.25	9	9	5.0625	6.75	6.75	9
45	2.4	2	3.5	5.76	4	12.25	8.4	7	4.8
46	3.2	3	4.25	10.24	9	18.0625	13.6	12.75	9.6
47	3.8	1.5	3	14.44	2.25	9	11.4	4.5	5.7
48	2.4	2	3	5.76	4	9	7.2	6	4.8
49	2.4	3	2	5.76	9	4	4.8	6	7.2
50	2.6	2.5	3	6.76	6.25	9	7.8	7.5	6.5
51	4	4	2.75	16	16	7.5625	11	11	16
52	2	4	4.5	4	16	20.25	9	18	8
53	2.2	3.5	2.25	4.84	12.25	5.0625	4.95	7.875	7.7
54	3	5	2.75	9	25	7.5625	8.25	13.75	15
55	4.2	1	4.25	17.64	1	18.0625	17.85	4.25	4.2
56	2.6	2	2.25	6.76	4	5.0625	5.85	4.5	5.2
57	3.8	4	2.5	14.44	16	6.25	9.5	10	15.2
58	3.8	3.5	2.25	14.44	12.25	5.0625	8.55	7.875	13.3

59	2.8	2.5	3	7.84	6.25	9	8.4	7.5	7
60	3	3.5	3.25	9	12.25	10.5625	9.75	11.375	10.5
61	3.2	3	3	10.24	9	9	9.6	9	9.6
62	2.4	4.5	3.75	5.76	20.25	14.0625	9	16.875	10.8
63	3	2	3	9	4	9	9	6	6
64	3.2	5	3.75	10.24	25	14.0625	12	18.75	16
65	4	5	3.25	16	25	10.5625	13	16.25	20
66	4	2.5	2	16	6.25	4	8	5	10
67	2.8	2	3	7.84	4	9	8.4	6	5.6
68	3.8	2.5	2.5	14.44	6.25	6.25	9.5	6.25	9.5
69	2.6	3	3	6.76	9	9	7.8	9	7.8
70	2.6	3	2.75	6.76	9	7.5625	7.15	8.25	7.8
71	3	4	2.75	9	16	7.5625	8.25	11	12
72	2.6	2.5	2.25	6.76	6.25	5.0625	5.85	5.625	6.5
73	3	4.5	4.25	9	20.25	18.0625	12.75	19.125	13.5
74	3.2	2.5	4	10.24	6.25	16	12.8	10	8
75	2.8	1.5	3.25	7.84	2.25	10.5625	9.1	4.875	4.2
76	2.6	3	2.75	6.76	9	7.5625	7.15	8.25	7.8
77	4	2	3.25	16	4	10.5625	13	6.5	8
78	3	1	4.25	9	1	18.0625	12.75	4.25	3

Nilai-nilai statistik tersebut, dimasukkan ke dalam rumus :

$$\begin{aligned}
 \bullet \sum X_1^2 &= \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n} \\
 &= 764.92 - \frac{57312.36}{78} \\
 &= 30.15
 \end{aligned}$$

$$\bullet \sum X_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}$$

$$= 736.25 - \frac{50850.25}{78}$$

$$= 84.33$$

$$\bullet \sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$= 723.50 - \frac{53592.25}{78}$$

$$= 36.42$$

$$\bullet \sum X_1Y = \sum X_1Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$= 711.6 - \frac{55421.1}{78}$$

$$= 1.1$$

$$\bullet \sum X_2Y = \sum X_2Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

$$= 668.87 - \frac{52203.25}{78}$$

$$= -0.4$$

$$\bullet \sum X_1X_2 = \sum X_1X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n}$$

$$= 693.27 - \frac{5386.5}{78}$$

$$= 1.16$$

Dari perhitungan tersebut maka akan dapat dihitung nilai a, b<sub>1</sub> dan b<sub>2</sub> sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \bullet \quad b_1 &= \frac{(\sum X_2^2)(\sum X_1 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_2 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2} \\
 &= \frac{(736.25)(711.6) - (463995.119)}{(764.92)(736.25) - (693.7)^2} \\
 &= \frac{630850.734 - 463995.119}{563172.35 - 481219.69} \\
 &= \frac{166855.61}{81952.66} \\
 &= \mathbf{2.036}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \bullet \quad b_2 &= \frac{(\sum X_1^2)(\sum X_2 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_1 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2} \\
 &= \frac{(764.92)(668.88) - (693.7)(711.6)}{(764.92)(736.25) - (693.7)^2} \\
 &= \frac{65795.2 - 493636.92}{563172.35 - 481219.69} \\
 &= \frac{164315.08}{81952.66} \\
 &= \mathbf{2.005}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \bullet \quad a &= \left(\frac{\sum Y}{n}\right) - b_1 \left(\frac{\sum X_1}{n}\right) - b_2 \left(\frac{\sum X_2}{n}\right) \\
 &= \left(\frac{231.5}{78}\right) - 2.036 \left(\frac{239.4}{78}\right) - 2.005 \left(\frac{225.5}{78}\right) \\
 &= \mathbf{2.873}
 \end{aligned}$$

Setelah nilai  $a$ ,  $b_1$  dan  $b_2$  diketahui, maka didapat persamaan regresi ganda sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 2.873 + 2.036X_1 + 2.005X_2$$

Tabel Analisis regresi

**Tabel 4. 2 Hasil Analisis Regresi secara Simultan**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.665	2	5.333	15.530	.000 <sup>b</sup>
	Residual	25.754	75	.343		
	Total	36.420	77			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

**Tabel 4. 3 Hasil Analisis Regresi secara Parsial**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.873	.448		6.414	.000
1 Kualitas Produk	2.036	.127	2.033	5.283	.000
Harga	2.005	.076	2.008	5.071	.000

#### 4.7 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk melihat keeratan hubungan antara variabel independen Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel dependen Pengambilan Keputusan (Y). Hasil analisis korelasi akan disajikan pada Tabel 4.15 berikut:

**Tabel 4. 4 Hasil Analisis Korelasi  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 <sup>a</sup>	.619	.604	.69646

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan

**Tabel 4. 5 Data Total Jawab Responden**

Responden	Kualitas Produk (X1)	Harga (X2)	Pengambilan keputusan (Y)
1	3.6	4	2.75
2	3.2	1.5	4
3	1.8	2	2.5
4	3	3.5	3.25
5	2.2	4	2.75
6	4	4	3.5
7	3.6	1.5	2.5
8	3.4	2.5	1.75
9	3.4	4	3.25
10	3.6	2	2.25
11	4	4	3.25
12	3.4	1	2.75
13	2.8	2	2.5
14	3.2	2.5	3
15	2.8	2.5	3.25
16	2.4	2	3.75
17	2.8	3	3.75

18	4.4	2.5	2.25
19	3.4	3	2.75
20	3.4	2.5	2.5
21	2.6	2	2.5
22	3	4	3.75
23	3	5	2
24	2.2	2.5	3.5
25	3.4	3.5	2.75
26	2.8	3	3.25
27	2	4	3.25
28	2	4.5	2.25
29	3	2	3.25
30	3.2	3.5	3.75
31	1.8	2	2.25
32	3.6	2	3.25
33	3.2	2	2.25
34	3.8	4.5	2
35	3.4	2.5	2
36	3	2.5	2.5
37	2.2	2	3.25
38	3.8	3.5	4.5
39	3.6	2.5	3.75
40	2.4	1	2.75
41	4.4	2.5	3.5
42	2.8	2.5	1.75
43	2.8	4.5	1.75
44	3	3	2.25
45	2.4	2	3.5
46	3.2	3	4.25
47	3.8	1.5	3
48	2.4	2	3

49	2.4	3	2
50	2.6	2.5	3
51	4	4	2.75
52	2	4	4.5
53	2.2	3.5	2.25
54	3	5	2.75
55	4.2	1	4.25
56	2.6	2	2.25
57	3.8	4	2.5
58	3.8	3.5	2.25
59	2.8	2.5	3
60	3	3.5	3.25
61	3.2	3	3
62	2.4	4.5	3.75
63	3	2	3
64	3.2	5	3.75
65	4	5	3.25
66	4	2.5	2
67	2.8	2	3
68	3.8	2.5	2.5
69	2.6	3	3
70	2.6	3	2.75
71	3	4	2.75
72	2.6	2.5	2.25
73	3	4.5	4.25
74	3.2	2.5	4
75	2.8	1.5	3.25
76	2.6	3	2.75
77	4	2	3.25
78	3	1	4.25

**Tabel 4. 20 Perhitungan Analisis Korelasi**

<b>X1Y</b>	<b>X2Y</b>	<b>X1X2</b>	<b>X1<sup>2</sup></b>	<b>X2<sup>2</sup></b>	<b>Y<sup>2</sup></b>	<b>Rata2 X1</b>	<b>Rata2 X2</b>	<b>Rata2 Y</b>
9.9	11	14.4	12.96	16	7.5625	3.6	4	2.75
12.8	6	4.8	10.24	2.25	16	3.2	1.5	4
4.5	5	3.6	3.24	4	6.25	1.8	2	2.5
9.75	11.375	10.5	9	12.25	10.5625	3	3.5	3.25
6.05	11	8.8	4.84	16	7.5625	2.2	4	2.75
14	14	16	16	16	12.25	4	4	3.5
9	3.75	5.4	12.96	2.25	6.25	3.6	1.5	2.5
5.95	4.375	8.5	11.56	6.25	3.0625	3.4	2.5	1.75
11.05	13	13.6	11.56	16	10.5625	3.4	4	3.25
8.1	4.5	7.2	12.96	4	5.0625	3.6	2	2.25
13	13	16	16	16	10.5625	4	4	3.25
9.35	2.75	3.4	11.56	1	7.5625	3.4	1	2.75
7	5	5.6	7.84	4	6.25	2.8	2	2.5
9.6	7.5	8	10.24	6.25	9	3.2	2.5	3
9.1	8.125	7	7.84	6.25	10.5625	2.8	2.5	3.25
9	7.5	4.8	5.76	4	14.0625	2.4	2	3.75
10.5	11.25	8.4	7.84	9	14.0625	2.8	3	3.75
9.9	5.625	11	19.36	6.25	5.0625	4.4	2.5	2.25
9.35	8.25	10.2	11.56	9	7.5625	3.4	3	2.75
8.5	6.25	8.5	11.56	6.25	6.25	3.4	2.5	2.5
6.5	5	5.2	6.76	4	6.25	2.6	2	2.5
11.25	15	12	9	16	14.0625	3	4	3.75
6	10	15	9	25	4	3	5	2
7.7	8.75	5.5	4.84	6.25	12.25	2.2	2.5	3.5

9.35	9.625	11.9	11.56	12.25	7.5625	3.4	3.5	2.75
9.1	9.75	8.4	7.84	9	10.5625	2.8	3	3.25
6.5	13	8	4	16	10.5625	2	4	3.25
4.5	10.125	9	4	20.25	5.0625	2	4.5	2.25
9.75	6.5	6	9	4	10.5625	3	2	3.25
12	13.125	11.2	10.24	12.25	14.0625	3.2	3.5	3.75
4.05	4.5	3.6	3.24	4	5.0625	1.8	2	2.25
11.7	6.5	7.2	12.96	4	10.5625	3.6	2	3.25
7.2	4.5	6.4	10.24	4	5.0625	3.2	2	2.25
7.6	9	17.1	14.44	20.25	4	3.8	4.5	2
6.8	5	8.5	11.56	6.25	4	3.4	2.5	2
7.5	6.25	7.5	9	6.25	6.25	3	2.5	2.5
7.15	6.5	4.4	4.84	4	10.5625	2.2	2	3.25
17.1	15.75	13.3	14.44	12.25	20.25	3.8	3.5	4.5
13.5	9.375	9	12.96	6.25	14.0625	3.6	2.5	3.75
6.6	2.75	2.4	5.76	1	7.5625	2.4	1	2.75
15.4	8.75	11	19.36	6.25	12.25	4.4	2.5	3.5
4.9	4.375	7	7.84	6.25	3.0625	2.8	2.5	1.75
4.9	7.875	12.6	7.84	20.25	3.0625	2.8	4.5	1.75
6.75	6.75	9	9	9	5.0625	3	3	2.25
8.4	7	4.8	5.76	4	12.25	2.4	2	3.5
13.6	12.75	9.6	10.24	9	18.0625	3.2	3	4.25
11.4	4.5	5.7	14.44	2.25	9	3.8	1.5	3
7.2	6	4.8	5.76	4	9	2.4	2	3
4.8	6	7.2	5.76	9	4	2.4	3	2
7.8	7.5	6.5	6.76	6.25	9	2.6	2.5	3
11	11	16	16	16	7.5625	4	4	2.75
9	18	8	4	16	20.25	2	4	4.5
4.95	7.875	7.7	4.84	12.25	5.0625	2.2	3.5	2.25
8.25	13.75	15	9	25	7.5625	3	5	2.75
17.85	4.25	4.2	17.64	1	18.0625	4.2	1	4.25

5.85	4.5	5.2	6.76	4	5.0625	2.6	2	2.25
9.5	10	15.2	14.44	16	6.25	3.8	4	2.5
8.55	7.875	13.3	14.44	12.25	5.0625	3.8	3.5	2.25
8.4	7.5	7	7.84	6.25	9	2.8	2.5	3
9.75	11.375	10.5	9	12.25	10.5625	3	3.5	3.25
9.6	9	9.6	10.24	9	9	3.2	3	3
9	16.875	10.8	5.76	20.25	14.0625	2.4	4.5	3.75
9	6	6	9	4	9	3	2	3
12	18.75	16	10.24	25	14.0625	3.2	5	3.75
13	16.25	20	16	25	10.5625	4	5	3.25
8	5	10	16	6.25	4	4	2.5	2
8.4	6	5.6	7.84	4	9	2.8	2	3
9.5	6.25	9.5	14.44	6.25	6.25	3.8	2.5	2.5
7.8	9	7.8	6.76	9	9	2.6	3	3
7.15	8.25	7.8	6.76	9	7.5625	2.6	3	2.75
8.25	11	12	9	16	7.5625	3	4	2.75
5.85	5.625	6.5	6.76	6.25	5.0625	2.6	2.5	2.25
12.75	19.125	13.5	9	20.25	18.0625	3	4.5	4.25
12.8	10	8	10.24	6.25	16	3.2	2.5	4
9.1	4.875	4.2	7.84	2.25	10.5625	2.8	1.5	3.25
7.15	8.25	7.8	6.76	9	7.5625	2.6	3	2.75
13	6.5	8	16	4	10.5625	4	2	3.25
12.75	4.25	3	9	1	18.0625	3	1	4.25

Berikut perhitungan secara manual analisis korelasi :

Korelasi X1 terhadap Y bila X2 Konstan

Rumus :

$$r_{x_1y} = \frac{n (\sum X_1 Y) - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{n. (\sum X_1^2) - (\sum X_1)^2\} \{n. (\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{x_1.y} = \frac{78.(711.6) - (239.4)(231.5)}{\sqrt{[78(764.92) - (239.4)^2][78(723.5) - (231.5)^2]}}$$

$$= \frac{10.73}{33.134}$$

$$= 0.3238$$

$$\text{KD} = (r_{x,y})^2 \times 100\%$$

$$= 0,1048 \times 100\%$$

$$= \mathbf{10.48\%}$$

Korelasi X2 terhadap Y bila X1 konstan

Rumus :

$$r_{x_2.y} = \frac{n(\sum X_2 Y) - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X_2^2) - (\sum X_2)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{x_2.y} = \frac{78.(668.875) - (225.5)(231.5)}{\sqrt{[78(736.25) - (225.5)^2][78(723.5) - (231.5)^2]}}$$

$$= \frac{3.97}{55.041}$$

$$= 0.0716$$

$$\text{KD} = (r_{x,y})^2 \times 100\%$$

$$= 0.5126 \times 100\%$$

$$= \mathbf{5.12\%}$$

Koreasi X1 terhadap X2

Rumus :

$$r_{x_1.x_2} = \frac{n(\sum X_1 X_2) - (\sum X_1)(\sum X_2)}{\sqrt{\{n(\sum X_1^2) - (\sum X_1)^2\}\{n(\sum X_2^2) - (\sum X_2)^2\}}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{78.(144.4)-(239.4)(225.5)}{\sqrt{[78(764.92) - (239.4)^2][78(736.25) - (225.5)^2]}}$$

$$= \frac{15.885}{50.418}$$

$$= 0.315$$

$$KD = (r_{x_1y})^2 \times 100\%$$

$$= 0.09922 \times 100\%$$

$$= \mathbf{9.92\%}$$

#### Perhitungan Korelasi Ganda

$$R_{(X_1X_2Y)} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2(r_{x_1y})(r_{x_2y})(r_{x_1x_2})}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

$$= \sqrt{\frac{0.3238^2 + (0.0716)^2 - 2(0.3238)(0.0716)(0.315)}{1 - (0.315)^2}}$$

$$= \sqrt{\frac{0.6174 - 0.0584}{0.9008}}$$

$$= \sqrt{\frac{0.559}{0.9008}}$$

$$= \sqrt{0.6205}$$

$$= \mathbf{0.787}$$

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$= 0.787^2 \times 100\%$$

$$= 0.61936 \times 100\%$$

$$= \mathbf{61.93\%}$$

## 4.8 Uji F

Untuk menguji hasil analisis regresi linear berganda yang telah dijabarkan diatas yaitu mengenai pengaruh antara biaya promosi dan biaya distribusi terhadap penjualan, maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan Uji F. Berikut ini adalah langkah-langkah pengujian hipotesis dengan Uji F :

✓ Penentuan Hipotesis

$H_0 = \beta_1 = 0$  (secara signifikan tidak terdapat pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan)

$H_a = \beta_1 \neq 0$  (secara signifikan terdapat pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Penjualan)

✓ Penentuan *Level of significant*

*Level of significant* ditentukan sebesar 5% atau  $\alpha = 0,05$

✓ Perhitungan  $F_{\text{tabel}}$  dan  $F_{\text{hitung}}$

$F_{\text{tabel}}$  dapat diketahui dengan melihat tabel t yang disesuaikan dengan tingkat kesalahan yaitu sebesar 0,05.

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}} &= F_{(1-\alpha)\{(dk=k), (dk=n-k-1)\}} \\ &= F_{(1-0,05)\{(dk=2), (dk=78-2-1)\}} \\ &= F_{(1-0,05)(2;2)} \\ &= \mathbf{15,530} \end{aligned}$$

Dan  $F_{\text{tabel}}$ nya dapat di lihat pada tabel 4.15

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2 (n-m-1)}{m \cdot (1-R^2)}$$

$$= \frac{0,619^2 \cdot (78-2-1)}{2 \cdot (1-0,619^2)}$$

$$= 23.27$$

✓ Kesimpulan

Kriteria Pengujian :

$H_0$  diterima apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  (**tidak signifikan**)

$H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (**signifikan**)

#### 4.9 Uji t

Uji t berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Berikut ini adalah langkah-langkah dalam melakukan uji t :

*Langkah 1.*

Menentukan hipotesa, dimana :

$H_0$  = (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas produk dan harga terhadap Pengambilang keputusan).

$H_a$  = (secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas produk dan Harga terhadap Pengambilan keputusan).

*Langkah 2.*

Menghitung nilai Korelasi antara  $X_1$  dan  $X_2$  ( $r_{x_1x_2}$ ), Varians ( $S_{x_1x_2}^2$ ), Standar Deviasi Regresi Ganda ( $S_{x_1x_2}$ )

T hitung  $X_1$  : 5.832

T hitung  $X_2$  : 5.071

Dan T tabelnya dapat di lihat pada tabel 4.16

## **BAB V**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Analisis Deskriptif**

Pada Tabel 4.3 di atas didapatkan nilai minimum untuk variabel Kualitas Produk (X1) adalah 1,80 dan nilai maksimum adalah 4,40. Nilai rata-rata untuk variabel Kualitas Produk adalah sebesar 3,06922 dengan besarnya simpangan baku sebesar 0,62571. Angka tersebut didapatkan dari rata-rata indikator yang digunakan yaitu *Performance*, *Conformance of Specification*, *Features and Esthetic*, *Reliability and Durability*, dan *Perceived Quality and Serviceability* yang ditanyakan pada setiap responden.

Sementara untuk variabel Harga (X2), memiliki nilai minimum sebesar 1,00 dan nilai maksimum 5,00 dari jawaban responden. Nilai rata-rata yang dihasilkan adalah 2,8910 dengan simpangan baku sebesar 1,04648. Angka tersebut diperoleh dari indikator Harga Terjangkau dan Harga lebih murah dari kompetitor.

Variabel dependen Pengembalian Keputusan (Y) memiliki nilai minimum sebesar 1,75 dan nilai maksimum 4,50. Nilai rata-rata yang dihasilkan adalah 2,9679 dengan nilai simpangan baku sebesar 0,68774. Besaran nilai yang dihasilkan oleh variabel Pengambilan Keputusan dihasilkan dari indikator Strategis atau kemudahan diakses, Pelayanan yang baik, Iklan dan Promosi, dan Pengelompokan Barang.

#### **5.2 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah pertanyaan yang digunakan sudah sesuai dalam kuisisioner sebagai alat ukur penelitian. Setiap item pertanyaan diukur terhadap skor total yang diperoleh masing-masing variabel.

##### **a. Variabel Kualitas Produk (X1)**

Dari hasil pengujian pada Tabel 4.4 dapat dilihat nilai signifikansi dari masing-masing indikator terhadap Total X1. Semua indikator menunjukkan nilai  $< 0.05$ , ini artinya dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Produk (X1) dinyatakan valid.

**b. Variabel Harga (X2)**

Dari hasil pengujian pada Tabel 4.5 dapat dilihat nilai signifikansi dari masing-masing indikator terhadap Total X2. Semua indikator menunjukkan nilai  $< 0.05$ , ini artinya dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Harga (X2) dinyatakan valid.

**c. Variabel Pengambilan Keputusan (Y)**

Dari hasil pengujian pada Tabel 4.6 dapat dilihat nilai signifikansi dari masing-masing indikator terhadap Total Y. Semua indikator menunjukkan nilai  $< 0.05$ , ini artinya dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Pengambilan Keputusan (Y) dinyatakan valid.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam kuisioner pada penelitian ini dapat digunakan sebagai alat ukur yang valid.

### **5.3 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas ini digunakan untuk melihat secara keseluruhan dari tiap pertanyaan yang digunakan dalam satu variabel apakah sudah dapat menjadi kesatuan yang baik untuk mengukur sebuah variabel. Untuk melihat hasil uji reliabilitas ini dapat dilihat nilai Cronbach Alpha yang muncul. Semakin mendekatin angka 1 berarti pertanyaan yang digunakan semakin baik. Adapun standar yang biasa dipakai untuk nilai Cronbach Alpha sebagai patokan apakah pertanyaan yang digunakan sudah dapat untuk mengukur sebuah variabel adalah sebesar 0,7.

**a. Variabel Kualitas Produk (X1)**

Dari hasil pengujian pada Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha menunjukkan angka 0,758 yang berarti seluruh pertanyaan yang digunakan pada variabel Kualitas Produk (X1) sudah dapat digunakan untuk mengukur variabel tersebut secara keseluruhan.

**b. Variabel Harga (X2)**

Dari hasil pengujian pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha menunjukkan angka 0,704 yang berarti seluruh pertanyaan yang digunakan pada variabel Harga (X2) sudah dapat digunakan untuk mengukur variabel tersebut secara keseluruhan.

**c. Variabel Pengambilan Keputusan (Y)**

Dari hasil pengujian pada Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach Alpha menunjukkan angka 0,703 yang berarti seluruh pertanyaan yang digunakan pada variabel Pengambilan Keputusan (Y) sudah dapat digunakan untuk mengukur variabel tersebut secara keseluruhan.

**5.4 Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas dilakukan sebagai salah satu uji syarat sebelum membentuk model regresi. Uji ini dilakukan dengan melihat galat (error) pada model regresi. Bila galat (error) menyebar secara normal maka model tersebut dapat diterima. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian normal adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Galat (error) menyebar secara Normal

$H_a$  : Galat (error) tidak menyebar secara Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.10 dapat dilihat nilai signifikansi dari Kolmogorov-Smirnov test. Nilai signifikansi menunjukkan nilai 0,690 yang artinya  $> 0,05$ . Sehingga keputusan yang diambil adalah  $H_0$  diterima atau dengan kata lain galat (error) menyebar secara normal.

**b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat keragaman galat (error). Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat Heteroskedastisitas

$H_a$  : Terdapat Heteroskedastisitas

Dari hasil pengujian pada Tabel 4.11 dapat dilihat pada korelasi antara masing-masing variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap galat (error). Nilai signifikansi menunjukkan nilai  $> 0,05$  untuk semua variabel independen. Ini artinya dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima yang artinya dapat dikatakan bahwa tidak terdapat Heteroskedastisitas.

### c. Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi antar variabel independen dengan melihat nilai VIF. Bila nilai  $VIF < 10$ , maka dapat dikatakan bahwa antar variabel independen tidak terdapat hubungan atau korelasi.

Dari pengujian multikolinearitas pada Tabel 4.12 dapat dilihat nilai VIF untuk masing variabel independen adalah  $< 10$ . Ini artinya dapat dikatakan bahwa asumsi tidak adanya multikolinearitas dapat diterima atau dengan kata lain tidak ada hubungan antar variabel independen.

## 5.5 Analisis Regresi

### a. Uji Simultan

Analisis regresi ini digunakan untuk mengetahui variabel independen mana yang berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini akan dilihat variabel mana yang berpengaruh antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel dependen Pengambilan Keputusan (Y).

Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

$H_0$ : Tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel Pengambilan Keputusan(Y)

$H_a$ : Minimal terdapat satu variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel Pengambilan Keputusan (Y).

Berdasarkan hasil analisis regresi secara simultan pada Tabel 4.13, angka signifikansi menunjukkan nilai  $< 0,05$  yang artinya dapat diambil keputusan  $H_0$  ditolak. Dengan kata lain minimal ada satu variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen Pengambilan Keputusan (Y).

#### **b. Uji Parsial**

Dari hasil analisis regresi secara parsial yang dilakukan di atas kedua variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$  yang artinya kedua variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Pengambilan Keputusan (Y). Adapun model regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,873 + 2,036X_1 + 2,005X_2 + \varepsilon$$

Model regresi ini menjelaskan bahwa setiap kenaikan variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan variabel Pengambilan Keputusan (Y) sebesar 2,036 satuan. Begitu pula halnya dengan variabel Harga (X2), setiap kenaikan variabel Harga (X2) sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan variabel Pengambilan Keputusan (Y) sebesar 2,005 satuan. Apabila tidak terdapat peningkatan pada variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) maka besarnya Pengambilan Keputusan (Y) adalah sebesar 2,873 satuan.

### **5.6 Analisis Korelasi**

Analisis korelasi digunakan untuk melihat keeratan hubungan antara variabel independen Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap variabel dependen Pengambilan Keputusan (Y).

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.15 didapatkan nilai  $R^2$  sebesar 0,619 yang menandakan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan yang cukup erat. Hal ini karena nilai  $R^2$  hampir mendekati nilai 1.

Nilai 1 memiliki menandakan variabel independen memiliki hubungan yang cukup erat dengan variabel dependen.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Penelitian ini menganalisis tentang pengaruh *kualitas product* dan *harga* terhadap pengambilan keputusan pada PT.Tidito Tahun 2016. Penelitian ini termasuk jenis penelitian causal dengan sampel sebanyak 116 responden dan yang dapat diolah sebanyak 78 responden. Berdasarkan seluruh analisis yang diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan:

1. Variabel Kualitas product (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan (Y) dengan signifikansi level 0,000. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis diajukan oleh peneliti diterima. Artinya bahwa setiap kenaikan dan penurunan variabel kualitas product (X1) dan harga (X2) dapat mempengaruhi Pengambilan keputusan (Y).
2. Variabel Kualitas Product secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Penjualan dengan nilai koefisien sebesar **2,036X<sub>1</sub>**. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan oleh peneliti diterima, yang artinya bahwa setiap kenaikan variabel Kualitas Product (X1) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Penjualan (Y) sebesar **2,036X<sub>1</sub>** satuan.
3. Variabel harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan dengan nilai koefisien sebesar **2,005X<sub>2</sub>**. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan oleh peneliti diterima, yang

artinya bahwa setiap kenaikan variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan Penjualan (Y) sebesar **2,005 $X_2$**  satuan.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil dari seluruh analisis di atas, maka peneliti memberikan saran kepada perusahaan dan untuk peneliti selanjutnya:

1. Perusahaan harus mampu meningkatkan Kualitas product di mata konsumen agar penjualan produk PT. Tidito dapat meningkat.
2. Perusahaan harus mampu meningkatkan harga agar penjualan produk PT. Tidito dapat meningkat.
3. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel *Kualitas product* lebih besar pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan, sehingga perusahaan disarankan fokus terlebih dahulu untuk meningkatkan *kualitas* produk di mata pelanggan.
4. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah penelitiannya di kota lain(kota sekitar) sehinggahasilnya dapat digeneralisasi untuk lingkup yang lebih luas dan memperkuat validitas eksternal yang diperlukan penelitian lebih lanjut.
5. Pemilihan waktu penyebaran kuesioner dilakukan tidak berteepatan dengan hari libur dan kegiatan keagamaan sehingga *respond rate* akan rendah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management 14th*. England: Pearson Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- www.bps.go.id*. (2016).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Radiosunu, (2000). *Managemen Pemasaran Suatu Pendekatan Ananlisis Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta : Erlangga
- Shinta Agustina (2011). *Managemen Pemasaran*. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Siregar, Sofyan (2013). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Bumi Askara.
- Staton, William J. (2000). *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Edisi ke-3 Ahli Bahasa oleh Yohanes Lamarto. Jakarta : Erlangga.
- Sunarwan, Ujang dkk. 2009. *Pemasaran Strategik. Strategi Untuk Pertumbuhan Perusahaan dalam Penciptaan Nilai bagi Pemegang Saham*. Jakarta : Inti Prima Promosindo.
- Suyanto, Danang (2012). *Dasar - Dasar Managemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS
- Supardi, (2013) : *Aplikasi Statistik Dalam Penelitian*. Edisi Revisi. Jakarta : Change Publication.

# LAMPIRAN

## Quisioner Penelitian Butik Batik PT. Tidito

### Petunjuk Pengisian :

Pada pertanyaan dibawah ini, Anda dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan keadaan/ Kondisi yang sebenarnya.

### IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : A. Pria.  
B. Wanita.
3. Usia saat ini : ( Pilih salah satu dibawah ini )  
A. < 20 thn. D. > 41 thn.  
B. 20 thn - 30 thn.  
C. 31 thn – 40 thn.
4. Domisili : ( Pilih salah satu dibawah ini )  
A. Jakarta.  
B. Luar Jakarta

### Petunjuk pengisian :

Silahkan anda pilih, pilihan yang menurut anda yang paling sesuai dengan kondisi ada, dengan jalan memberikan tanda (  $\surd$  ) pada pilihan yang tersedia.

### Keterangan :

- SS : Sangat Setuju.  
S : Setuju.  
N : Netral.  
T : Tidak setuju  
ST : Sangat tidak setuju

### Keterangan poin :

- ( 5 ) : Sangat setuju  
( 4 ) : Setuju  
( 3 ) : Netral  
( 2 ) : Tidak Setuju  
( 1 ) : ..Sangat Tidak setuju



## KUALITAS PRODUCK

Dimensi	Indikator	Jawaban				
		SS	S	N	T	ST
<b>Kinerja (Performance)</b> <b>Keistimewaan tambahan (Features)</b> <b>Kesesuaian dengan spesifikasi (Conformance to Specification)</b> <b>Keandalan (Reliability)</b> <b>Daya Tahan (Durability)</b> <b>Estetika (Esthetic)</b> <b>Kualitas yang dipersepsikan (Perceived Quality)</b> <b>Kemudahan Perbaikan (Serviceability)</b>	1. Model pakaian batik menarik dan mengesankan, sehingga menambah percaya diri					
	2. Pakaian batik tidito sempurna dan bebas dari cacat					
	3. Jenis warna bahan dan warna batik sesuai dengan keinginan Anda					
	4. Desain batik Tidito sesuai dengan keinginan dan kebutuhan Anda					
	5. Batik Tidito memiliki bahan yang tebal nyaman dan kuat, tidak mudah sobek dan tahan lama					

HARGA

Dimensi	Indikator	Jawaban				
		SS	S	N	T	ST
Keterjangkauan harga	Harga pakaian batik Tidito sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat, dan kelas ekonomi masyarakat					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
Daya saing harga	Harga yang ditawarkan PT. Tidito untuk produk sejenis lebih murah dari toko-toko lain					
Kesesuaian harga dengan manfaat						

PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Dimensi	Indikator	Jawaban				
		SS	S	N	T	ST
Lokasi yang strategis (mudah diakses) Pelayanan yang baik Kemampuan tenaga penjual Iklan dan promosi Penggolongan barang	Anda membeli batik Tidito untuk memenuhi kebutuhan Anda					
	Apakah harga dan kualitas produk batik Tidito mampu mempengaruhi Anda untuk membeli sepeda batik tersebut.					
	Anda puas membeli batik dari PT. Tidito dan akan membeli batik PT. Tidito kembali.					
	Anda membeli batik PT. Tidito setelah membandingkan dengan batik dari took dan merek lain					