

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian**

##### **4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan**

Toko cat Dharmayatindo merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan cat. Perusahaan ini didirikan padatahun 2007 yang pertama kali beralamat di JL. Taman Siswa, desa Pekalongan Kecamatan Batealit Kabupaten Jepara. Toko cat Dharmayatindo didirikan dan dikelola oleh Bapak Sudarman. Perusahaan ini berkonsentrasi memperdagangkan cat. Semua kebutuhan cat mulai cat untuk mebel, interior dan eksterior.

Perusahaan memilih daerah Jepara sebagai pusat operasi usahanya, dengan alasan bahwasanya peluang usaha di Jepara untuk perdagangan cat cukup terbuka, yang diperkirakan akan lebih besar dari pada daerah lainnya, sehingga perusahaan memandang perlu untuk melakukan terobosan dengan melayani kebutuhan perlengkapan untuk kebutuhan cat terutama untuk industri mebel.

##### **4.1.2. Tujuan Perusahaan**

Sebagai suatu perusahaan yang berbadan hukum Toko cat Dharmayatindo memiliki beberapa tujuan dalam menempuh kesuksesan usahanya. Adapun tujuan dari perusahaan adalah:

1. Tujuan Jangka Pendek

Tujuan jangka pendek merupakan suatu sasaran yang dilakukan dalam waktu satu tahun mendatang atau kurang. Adapun tujuan jangka pendek

dari perusahaan adalah memperkenalkan produk-produk cat, terutama kepada industri-industri mebel yang ada di Jepara.

## 2. Tujuan Jangka Panjang

Tujuan jangka panjang merupakan kelanjutan dari tujuan jangka pendek, dimana jangka waktu sarannya dilakukan lebih dari satu tahun dan biasanya sampai dengan lima tahun mendatang.

Adapun tujuan jangka panjang dari perusahaan adalah:

a. Melakukan peningkatan usaha. Dalam melaksanakan peningkatan usahanya perusahaan melakukan berbagai peningkatan perdagangan, seperti penambahan variasi produk cat, peningkatan kualitas produk yang dihasilkan dan peningkatan kesejahteraan seluruh pimpinan dan karyawan yang ada dalam perusahaan.

b. Membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan kerja

Target jangka panjang perusahaan ke depan adalah perluasan berbagai aktivitas terutama peningkatan penjualan dan perluasan daerah pemasaran, sehingga dari berbagai peningkatan ini perusahaan akan dapat melakukan perluasan daerah ekspansinya dan diharapkan dapat membantu pemerintah dalam menciptakan peluang kerja/ lapangan kerja baru.

### 4.1.3. Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan sangat berpengaruh terhadap kelancaran perdagangan perusahaan, terutama untuk menunjang kelancaran arus distribusi dan pemasaran

produk dagangan. Toko cat Dharmayatindo memiliki banyak toko dan toko utama serta gudang penyimpanan berlokasi di JL. Taman Siswa desa Pekalongan, Kecamatan Batealit Kabupaten Jepara. Adapun alasan pemilihan lokasi tersebut berdasarkan pada beberapa faktor antara lain:

1. Transportasi

Transportasi sangat mempengaruhi kelancaran arus keluar masuk barang mulai dari pembelian produk, sampai dengan pengiriman produk pesanan.

2. Jarak dengan konsumen akhir

Pelayanan yang baik dari perusahaan sangat mempengaruhi jumlah pemesanan produk, lokasi perusahaan yang berada di sekitar daerah industri mebel.

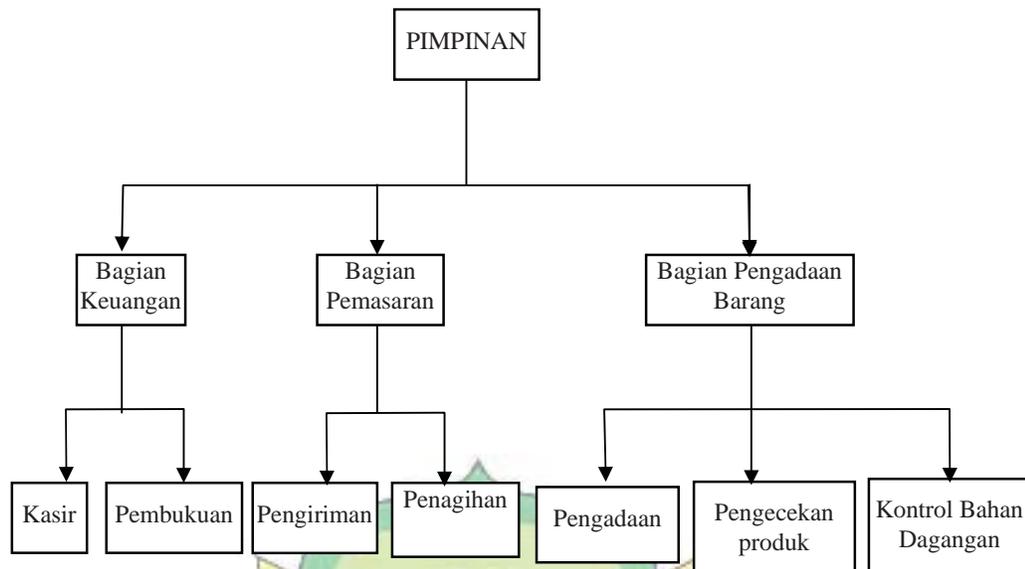
3. Tenaga Kerja

Perusahaan memilih lokasi di daerah Jepara dengan alasan utama yang terkait dengan upah tenaga kerja adalah Upah Minimum Regional (UMR) daerah Jepara relatif lebih murah.

#### 4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan merupakan gambaran skematis tentang pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan antar bagian yang terdapat dalam satu lembaga sehingga dapat dikatakan juga bahwa struktur organisasi merupakan perwujudan yang menunjukkan hubungan diantara fungsi-fungsi dalam suatu organisasi serta wewenang dan tanggung

Adapun struktur organisasi Toko cat Dharmayatindo dapat dilihat pada gambar bagan 4.1



Sumber: Bagian Administrasi Toko Dharmayatindo

Gambar 4.1  
STRUKTUR ORGANISASI

Berdasarkan struktur organisasi yang dimiliki dapat dibuat sistem pembagian tugas dan tanggungjawab dari masing-masing bagian. Adapun sistem pembagian kerja (*job description*) dari masing-masing bagian adalah:

#### 1. Pimpinan

Pimpinan merupakan pemegang kepemimpinan yang tertinggi dengan tanggungjawab dan wewenang sebagai berikut:

##### a. Tugas dan Tanggungjawab

Tugas dan tanggungjawab dari Pimpinan adalah mengawasi kinerja dari karyawan yang ada di perusahaan.

##### b. Wewenang

Komisaris merupakan pemegang kekuasaan tertinggi yang bertanggungjawab penuh terhadap rapat evaluasi perusahaan yang diadakan setiap tiga bulan sekali.

2. Kepala Bagian Administrasi dan Keuangan.

a. Tanggungjawab dan tugas

Kabag administrasi dan keuangan mempunyai tanggungjawab dan tugas untuk melaksanakan semua kewajiban di bidang keuangan.

b. Wewenang

Menerima semua laporan mengenai kas keuangan baik kas kecil ataupun semua kegiatan perbankan serta menerima laporan keuangan dari bagian pemasaran.

3. Kepala Bagian Pemasaran

a. Tanggungjawab dan tugas dari Kabag Pemasaran adalah:

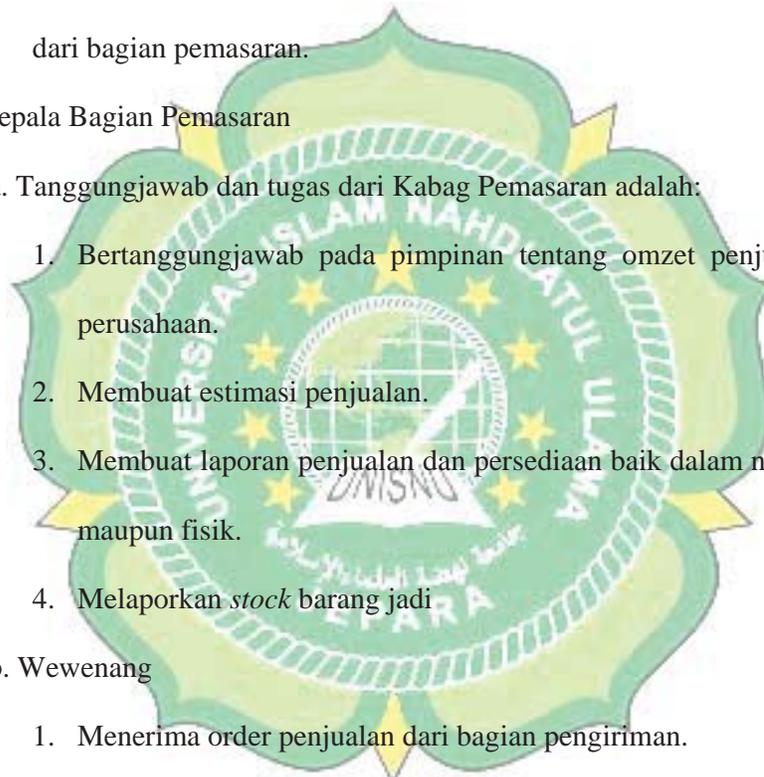
1. Bertanggungjawab pada pimpinan tentang omzet penjualan dari perusahaan.
2. Membuat estimasi penjualan.
3. Membuat laporan penjualan dan persediaan baik dalam nilai rupiah maupun fisik.
4. Melaporkan *stock* barang jadi

b. Wewenang

1. Menerima order penjualan dari bagian pengiriman.
2. Mengawasi dan mengkoordinasi semua aktivitas dari bagian pengiriman dan bagian gudang barang jadi.

4. Kepala Bagian Pengadaan Barang

a. Tanggungjawab dan tugas dari kabag pengadaan barang adalah:



1. Bertanggungjawab kepada pimpinan atas seluruh barang yang dibeli secara periodik.
2. Menyampaikan laporan tentang seluruh hasil pembelian kepada pimpinan.
3. Membuat laporan tentang penerimaan dan pemakaian biaya pembelian bahan dagangan dan bahan pembantu serta bahan bakar yang diperlukan untuk proses pembelian.

b. Wewenang

1. Mengawasi dan mengkoordinasi bagian gudang pengadaan dan *logistic*, bagian pelaksana pengadaan barang dan bagian gudang bahan barang dagangan.
2. Mengawasi kualitas dari barang yang dibeli.
3. Menerima laporan penerimaan dan pemakaian bahan dangan utama, bahan pembantu dan bahan bahan bakar.

5. Bagian Pemasaran

a. Tanggung jawab dan tugas

1. Bertanggungjawab untuk membuat nota penjualan yang dilakukan.
2. Bertanggungjawab pada pimpinan atas semua aktivitas yang dilakukan.
3. Melaksanakan pengiriman barang kepada para pelanggan.
4. Menyerahkan tanda terima bukti pengiriman pada Kabag Pemasaran.

b. Wewenang

1. Mengambil dan memuat barang dari gudang untuk dikirim pada pelanggan
2. Menerima laporan hasil produksi dari bagian pelaksana produksi.

#### 4.1.5. Proses Usaha

##### 1. Pemilihan Barang Dagangan.

Pemilihan partner yang menyuplai barang dagangan menjadi sangat penting karena berkaitan dengan kualitas bahan. Untuk perelatan mesin-mesin Meubel perusahaan ini mengambil dari Semarang dan sekarang ini tinggal melakukan pemesanan menggunakan telfon dan dalam waktu 2 hari barang akan diantar ke Toko cat Dharmayatindo.

Untuk bahan pendukung seperti paku, amplas, sekrup, cat, thinner, perusahaan mempercayakan kepada sales distributor yang telah bekerjasama cukup lama. Selain mereka dapat menyuplai bahan dengan kesesuaian yang dapat dipercaya, mereka juga tepat waktu ketika perusahaan membutuhkan barang dagangan yang membutuhkan waktu cepat ketika dibutuhkan para pelanggan perusahaan . Dan untuk inovasi produk dari distributor mereka merelakan sistem konsiniasi, dengan menaruh barang baru di took perusahaan dan apabila telah terjual mereka aru dapat menerima bayaran dari produk mereka yang terjual.

## 2. Kegiatan Pendukung.

### a. Transportasi.

Alat transportasi menjadi sangat penting untuk menunjang pengiriman keada konsumen. Selain itu perusahaan juga melayani complain pelanggan dengan cepat ketika kesesuaian barang yang dipesan tidak sesuai atau mengalami kerusakan. Pada kasus yang jarang terjadi ini perusahaan akan mengirmkan barang sesuai yang dminta dan akan menggantinya tana pungutan biaya tambahan.

### b. Komunikasi.

Bisnis perdagangan perlengkapan mebel ini dibangun atas dasar kepercayaan sehingga komunikas menjad faktor yang sangat penting untuk kelangsungan usaha. Perusahaan menggunakan telepon rumah dan handhone untuk komunikasi, untuk mengeratkan hubungan perusahaan dengan pelanggan.

## 3. Proses Menjalankan Usaha

Usaha perdagangan perlengkapan mebel ini dijalankan melalui toko yang ada di JL. Taman Siswa desa Pekalongan, Kecamatan Batealit Kabupaten Jepara. Adapun proses perdagangan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Pemesanan barang dagangan, dilakukan etelah mengetahui kebutuhan barang untuk satu atau dua minggu kedepan dengan memperkirakan pembeli yang akan memesan produk perusahaan .

- b. Penggudangan dan penimbangan serta pengukuran bahan dagangan yang telah diantar oleh pabrik selanjutnya perusahaan timbang berdasarkan pesanan atau seperti yang biasanya dipesan.
- c. Pengecekan pra pengiriman, kontrol terhadap barang yang akan dikirim selalu perusahaan laksanakan agar tidak ada complain dari pembeli. Dan untuk proses ini juga dilakukan pengecekan kualitas barang jangan sampai rusak dan kesesuaian barang yang dipesan oleh pelanggan.
- d. Pengiriman, setelah pengecekan barang, maka perusahaan siap untuk mengantar barang kepada para pelanggan dengan mobil colt yang perusahaan miliki. Untuk setiap pengiriman barang didalam Kabupaten Jepara perusahaan tidak mengenakan biaya transportasi.
- e. Pemberian tagihan kepada pelanggan, nota yang diberikan sesuai dengan pesanan dan biasanya para pembeli memberikan pembayaran secara langsung atau sistem hutang untuk pelanggan yang dapat perusahaan percaya. Untuk mereka yang hutang biasanya akan perusahaan tagih dalam waktu satu bulan setelah barang pengiriman dan harus dilunasi sebelum jatuh tempo.
- f. Pengelolaan komplain dan return penjualan, walaupun ini sangat jarang terjadi akan tetapi kami tetap memperhatikan bagaimana mengelola keluhan pelanggan dan menerima pengembalian atas barang yang dibeli dari perusahaan perusahaan. Apabila mereka mau diganti barangnya dengan menyesuaikan apa yang dibutuhkan, maka perusahaan akan berikan dan apabila mereka tidak mau diganti barangnya maka perusahaan

akan menggant dengan uang yang telah dibayarkan dengan catatan barang yang dikembalikan masih utuh.

- g. Pemberian diskon dan bonus kejutan. Diskon diberikan kepada pelanggan yang loyal dan telah mengguakan produk perusahaan secara terus menerus dan dengan kuantitas yang banyak. Untuk bonus dan gift, biasa perusahaan berikan menjelang hari raya Idul Fitri di tiap tahunnya, biasanya berupa kaos berlogo perusahaan, makanan ringan, minuman dan hadiah lainnya.

#### 4.2. Deskripsi Responden

##### 1. Jenis kelamin

Dari 96 responden yang diambil sebagai sampel, penggolongan berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1.

**Tabel 4.1.**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Perempuan	23
2.	Laki-laki	73
	Jumlah	96

**Sumber:** Data primer yang diolah, 2018.

Dari Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden yang paling banyak adalah Laki-laki yaitu sebanyak 73. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli di Toko Dharmayatindo kebanyakan laki-laki, dikarenakan para pembeli merupakan pekerja Tukang cat dan tenaga Finishing yang mengetahui apa kebutuhannya, dimana itu merupakan kebutuhan yang fital bagi pengusaha terutama mebel. Sementra pembeli perempuan biasanya membeli bahan cat atas permintaan suami atau kebutuhan gudangn yang mudah taksirannya,

## 2. Usia

Data mengenai usia responden bisa dilihat pada Tabel 4.32.

**Tabel 4.2.**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia (tahun)	Jumlah
1.	Kurang dari 25	8
2.	26 – 30	38
3.	31 – 45	46
4.	Lebih dari 46	4
	Jumlah	96

**Sumber:** Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa dari 96 responden, sebagian besar adalah yang usianya 31-40 tahun. Para pembeli perlengkapan di Toko Dharmayatindo, biasanya adalah pekerja di usaha mebel yang sudah cukup berpengalaman, sehingga mereka mengetahui merk dan kualitas yang dibeli. Dan untuk pekerja baru di usia muda, biasanya mereka akan didampingi orang yang telah ahli dibidang finishing furniture, terutama untuk pembelian cat untuk kebutuhan meubel.

## 3. Pendidikan Terakhir

Klasifikasi terhadap 96 responden yang diambil sebagai sampel berdasarkan tingkat pendidikan terakhir bisa dilihat pada Tabel 4.3.

**Tabel 4.3.**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Pendidikan terakhir	Jumlah
1.	SD	12
2.	SLTP	48
3.	SLTA	24
4.	Perguruan Tinggi	12
	Jumlah	96

**Sumber:** Data primer yang diolah, 2018.

Dari tabel tersebut pendidikan responden membuktikan bahwa para pembeli di Toko Dharmayatindo kebanyakan berpendidikan di tingkat SLTP. Para pekerja finishing meubel kebanyakan, tidak memiliki pendidikan yang tinggi, mereka bekerja berdasarkan keahlian dan pengalaman.

### 4.3. Analisis Data

#### 4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji kualitas data yang dilakukan adalah dengan uji validitas dan reliabilitas.

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sedangkan kriteria untuk menyimpulkan data bersifat valid atau tidak adalah:

- a. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan bersifat valid.
- b. Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pertanyaan tidak valid dan pertanyaan tersebut harus dikeluarkan dari analisis.

Nilai  $r_{tabel}$  dengan n sampel 96 responden dan tingkat kesalahan 5% adalah 0,1689. Berikut ini hasil uji validitas:

**Tabel 4.4**  
**Pengujian Validitas Indikator-Indikator Penelitian**

Indikator	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
<b>WOM</b>			
X11	0,654	0,1689	Valid
X12	0,515	0,1689	Valid
X13	0,488	0,1689	Valid
<b>Kualitas Produk</b>			
X21	0,614	0,1689	Valid
X22	0,711	0,1689	Valid
X23	0,526	0,1689	Valid
<b>Lokasi</b>			
X31	0,650	0,1689	Valid
X32	0,475	0,1689	Valid
X33	0,496	0,1689	Valid
<b>Keputusan Pembelian</b>			
Y1	0,798	0,1689	Valid
Y2	0,735	0,1689	Valid
Y3	0,682	0,1689	Valid

**Sumber:** Data primer diolah dengan SPSS 18 tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai  $r_{hitung}$  indikator-indikator variabel penelitian yang ditanyakan kepada responden memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan nilai  $r_{tabel}$  (0,1689) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada penelitian ini bersifat valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai alpha lebih besar dari 0,60. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas.

**Tabel 4.5**  
**Pengujian Reliabilitas**

Variabel	Nilai alpha	Keterangan
WOM (X1)	0,728	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,777	Reliabel
Lokasi (X3)	0,718	Reliabel
Keputusan Pembelian (X4)	0,861	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 18, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai alpha masing-masing variabel penelitian memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan 0,6 sehingga disimpulkan semua variabel penelitian bersifat reliabel.

#### 4.3.2. Uji Asumsi Klasik

##### 4.3.2.1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Suatu model regresi bebas dari problem ini apabila memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 atau sama dengan VIF kurang dari 10.

**Tabel 4.6.**  
**Uji VIF**

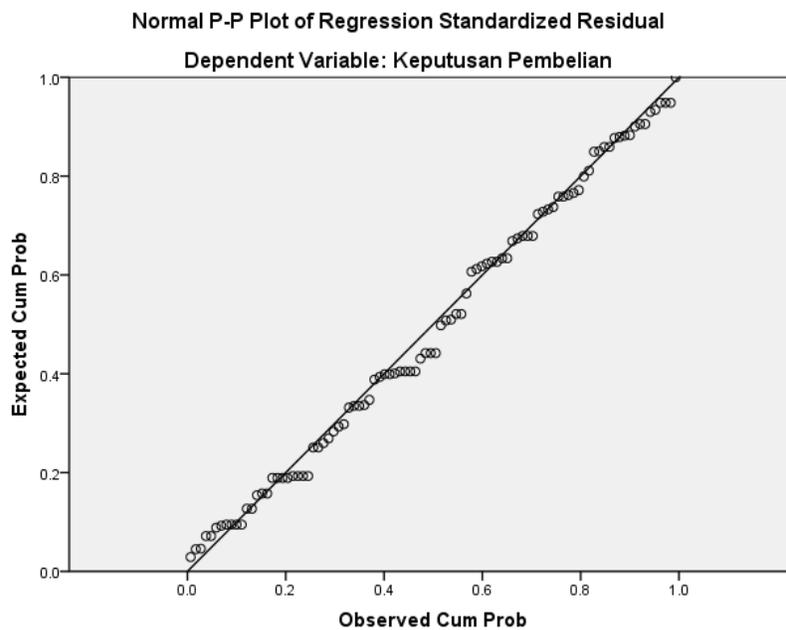
Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
WOM	.881	.525	.246	.273	3.656
Kualitas Produk	.872	.429	.190	.248	4.028
Lokasi	.722	.216	.088	.468	2.138

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Bahwa semua variabel memiliki nilai Tolerance lebih dari 0,1 sedangkan VIF lebih kecil dari 10. berdasarkan angka-angka ini dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi penelitian ini lolos dari problem multikolinieritas.

#### 4.3.2.2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Imam Ghozali, 2012). Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berikut ini hasil pengujiannya.



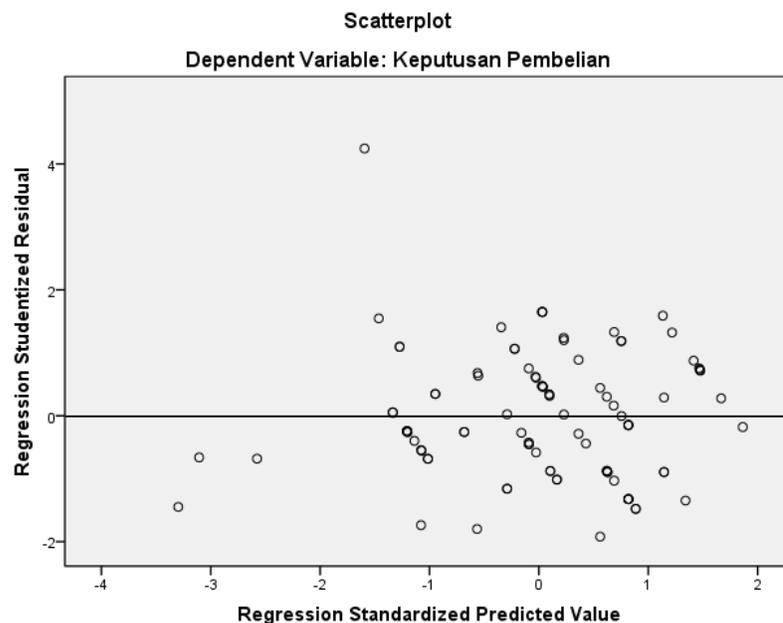
**Gambar 4.2.**  
**Uji Normalitas**

**Sumber:** Data Primer diolah dengan SPSS 18

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat dilihat bahwa pola data mengikuti garis diagonal sehingga disimpulkan model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.3.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varian yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat diagram scatterplot yaitu apabila data membentuk suatu pola tertentu maka terjadi heteroskedastisitas yang serius. Sedangkan model regresi bebas heteroskedastisitas apabila pola pada scatter plot tidak teratur atau menyebar di atas dan di bawah nilai nol. Berikut ini hasil pengujian heteroskedastisitas.



**Gambar 4.3.**  
**Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatter Plot**

**Sumber:** Data Primer diolah dengan SPSS 18.0

### 4.3.3. Analisis Regresi Berganda

Digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel X dan Y. Dalam hal ini adalah pengaruh antara variabel WOM, kualitas produk dan lokasisecara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian pada Toko Dharmayatindo . Berikut ini hasil persamaan regresi, yang diasjikan pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.097	.541		.180	.858
WOM	.500	.085	.471	5.909	.000
Kualitas Produk	.382	.084	.381	4.555	.000
Lokasi	.130	.061	.129	2.122	.037

**Sumber:** Data primer diolah dengan SPSS 18, Tahun 2018

Bentuk persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,471X_1 + 0,381X_2 + 0,129X_3$$

Interpretasi persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

- $\beta_1=0,471$ , Bahwa apabila *Word Of Mouth* (WOM) disampaikan dengan baik, maka keputusan pembelian konsumen di toko Dharmayatindo semakin meningkat.
- $\beta_2= 0,381$ , Bahwa apabila kualitas produk dijagadengan baik, maka keputusan pembelian konsumen di toko Dharmayatindo semakin meningkat.
- $\beta_3 = 0,129$  Bahwa apabila lokasi ditata dengan baik, maka keputusan pembelian konsumen di toko Dharmayatindo semakin meningkat.

#### 4.3.4. Uji Hipotesis

##### 4.3.4.1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengukur dan mengetahui seberapa besar variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel terikat keputusan pembelian dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  dan probabilitas signifikansi (Sign.) dengan tingkat kesalahan (0,05). Nilai  $F_{tabel}$  dengan  $df = 92$  ( $n-k-1 = 96-3-1$ ) sebesar = 2,70. Hasil perhitungan nilai F disajikan pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7**  
Nilai  $F_{hitung}$

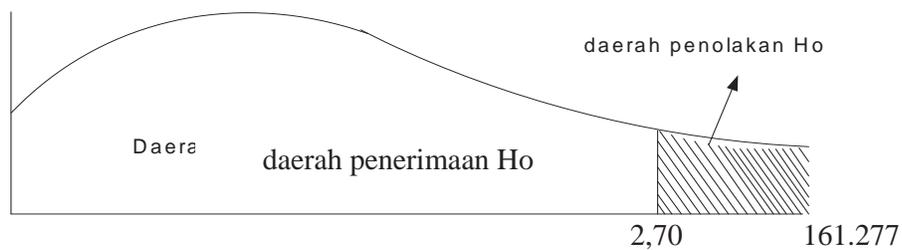
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	356.118	3	118.706	161.277	.000 <sup>a</sup>
	Residual	67.715	92	.736		
	Total	423.833	95			

a. Predictors: (Constant), Lokasi, WOM, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Sumber:** Data primer diolah dengan SPSS 18, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.7 tersebut ditunjukkan nilai  $F_{hitung} = 161.277 > F_{tabel} = 2,70$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Nilai-nilai tersebut berarti WOM (X1), Kualitas Produk (X2) dan Lokasi (X3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Dharmayatindo Jepara. Gambar untuk uji hipotesis F adalah:



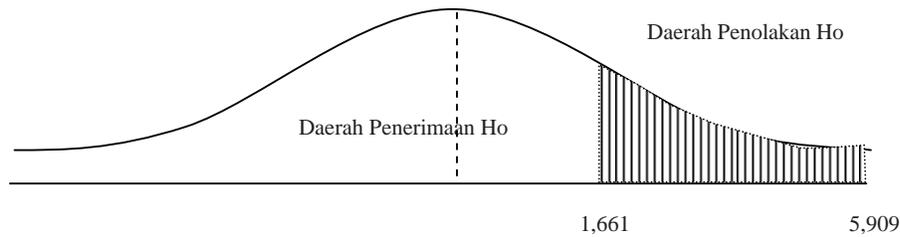
**Gambar 4.4**  
**Uji hipotesis F**

#### 4.3.4.2. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Keputusan pembelian dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dan probabilitas signifikansi (sign.) dengan tingkat kesalahan (0,05). Nilai  $t_{tabel}$  dengan  $df = 92$  ( $n - k - 1 = 96 - 3 - 1$ ) dan tingkat kesalahan 5% adalah  $t_{tabel} = 1,661$ .

##### 1. Variabel WOM

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh  $t_{hitung} = 5,909 > t_{tabel} = 1,661$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Nilai-nilai tersebut berarti variabel WOM mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Dharmayatindo Jepara. Gambar untuk uji hipotesis t variabel WOM adalah:

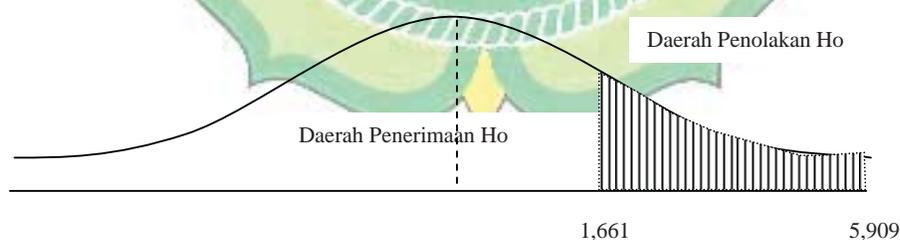


**Gambar 4.5**  
**Uji Hipotesis t Variabel WOM**

Gambar 4.5 ditunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung berada di daerah penolakan  $H_0$ , atau pada daerah penerimaan  $H_a$ , berarti dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara WOM terhadap keputusan pembelian di Toko Dharmayatindo.

## 2. Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh  $t_{hitung} = 4,555 > t_{tabel} = 1,661$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Nilai-nilai tersebut berarti variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Toko Dharmayatindo Jepara. Gambar untuk uji hipotesis  $t$  variabel kualitas produk adalah:



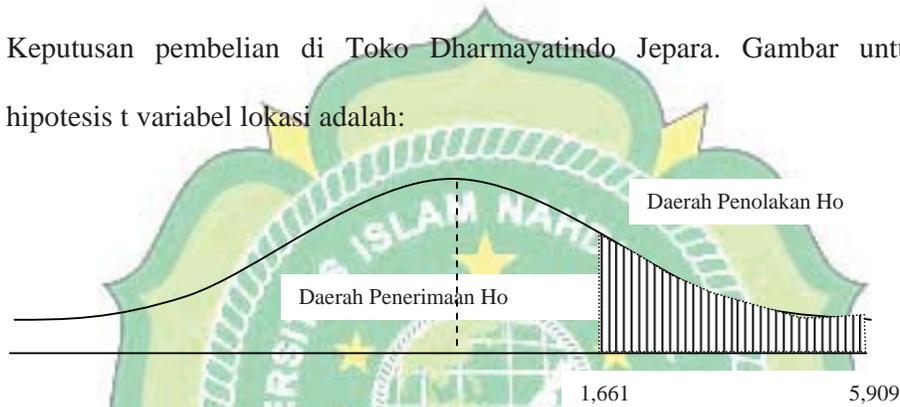
**Gambar 4.6**  
**Uji Hipotesis t Variabel Kualitas Produk**

Gambar 4.6 ditunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung berada di daerah penolakan  $H_0$ , atau pada daerah penerimaan  $H_a$ , berarti dapat dijelaskan bahwa ada

pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Toko Dharmayatindo.

### 3. Variabel Lokasi

Berdasarkan perhitungan dengan program SPSS diperoleh  $t_{hitung} = 2,122 > t_{tabel} = 1,661$  dan nilai signifikan  $0,037 < 0,05$ . Nilai-nilai tersebut berarti variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Toko Dharmayatindo Jepara. Gambar untuk uji hipotesis t variabel lokasi adalah:



**Gambar 4.7**  
**Uji Hipotesis t Variabel Lokasi**

Gambar 4.5 ditunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung berada di daerah penolakan  $H_0$ , atau pada daerah penerimaan  $H_a$ , berarti dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian di Toko Dharmayatindo.

#### 4.3.4.3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $r^2$ ) digunakan untuk mengukur presentase pengaruh variabel-variabel bebas WOM (X1), Kualitas Produk (X2) dan Lokasi (X3) terhadap perubahan variabel tidak bebas (Keputusan pembelian). Nilai koefisien

determinasi untuk WOM (X1), Kualitas Produk (X2) dan Lokasi (X3) terhadap Keputusan pembelian di Toko Dharmayatindo Jepara dapat dilihat pada Tabel 4.8 sebagai berikut:

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 <sup>a</sup>	.840	.835	.858

**Sumber:** Data primer diolah dengan SPSS 18, Tahun 2018

Nilai koefisien determinasi dapat dihitung ( $r^2$ ) =  $0,835 \times 100\% = 83,5\%$ , ini berarti bahwa keempat variabel independen WOM (X1), Kualitas Produk (X2) dan Lokasi (X3) mempunyai pengaruh sebesar 83,5% terhadap variabel dependen keputusan pembelian untuk berbelanja di Toko Dharmayatindo Jepara dan yang 16,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

#### 4.4. Pembahasan

##### 4.4.1. Pengaruh WOM Terhadap Keputusan Pembelian

*Word of Mouth Communication* (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal, Kotler & Keller (2012). Dalam menentukan pengambilan keputusan konsumen, *word of mouth* memiliki peran yang sangat penting. Menurut Ali Hasan (2010) *word of mouth* adalah tindakan konsumen memberikan informasi kepada konsumen lain dari

seseorang kepada orang lain (antar pribadi) non komersial baik merek, produk maupun jasa.

Berdasarkan hasil koefisien regresi menunjukkan bahwa apabila *Word Of Mouth* (WOM) disampaikan dengan baik, maka keputusan pembelian konsumen di toko Dharmayatindo semakin meningkat. Variabel WOM mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Dharmayatindo Jepara.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Citra dkk (2015) menyatakan bahwa WOM mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. WOM juga memiliki pengaruh yang positif, dan ini mengindikasikan bahwa semakin baik WOM maka semakin tinggi pula keputusan pembelian. Sebaliknya, semakin rendah WOM maka semakin rendah pula keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pelanggan membeli cat di toko cat Dharmayatindo karena mendapat rekomendasi dari orang lain. Menurut banyak orang, bahwa toko cat dharmayatindo pelayannya baik dan positif. Karena dorongan dari teman atau relasi, para pelanggan akan memilih Toko cat Dharmayatindo apabila mencari cat.

#### **4.4.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. Produk yang memiliki kualitas baik

adalah produk yang dapat menjalankan fungsi-fungsinya. Kebanyakan produk disediakan pada satu diantara empat tingkatan kualitas, yaitu: kualitas rendah, kualitas rata-rata sedang, kualitas baik dan kualitas sangat baik. Beberapa dari atribut diatas dapat diukur secara obyektif. Namun demikian dari sudut pemasaran kualitas harus diukur dari sisi persepsi pembeli tentang kualitas produk tersebut, Kotler dan Amstrong (2011).

Berdasarkan hasil koefisien regresi menunjukkan bahwa apabila kualitas produk dijagadengan baik, maka keputusan pembelian konsumen di toko Dharmayatindo semakin meningkat. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Toko Dharmayatindo Jepara.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian Citra dkk (2015) menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk juga memiliki pengaruh yang positif, dan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian. Sebaliknya, semakin rendah kualitas produk maka semakin rendah pula keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahan cat di Toko cat Dharmayatindo memiliki kualitas yang baik. Toko cat Dharmayatindo dapat diandalkan untuk masalah cat. Toko cat Dharmayatindo konsisten memuaskan kebutuhan pelanggan.

#### 4.4.3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Lokasi juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Lokasi adalah tempat, kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha, Sriyadi (2011). Lokasi diartikan sebagai saluran distribusi untuk produk industri manufaktur sedangkan lokasi diartikan sebagai tempat pelayanan jasa untuk produk industri jasa, Hariyati (2010).

Bahwa apabila lokasi ditata dengan baik, maka keputusan pembelian konsumen di toko Dharmayatindo semakin meningkat. Variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Toko Dharmayatindo Jepara.

Hasil penelitian ini sedikit berbeda dengan penelitian Agnes dkk (2014) yang menyatakan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa toko cat Dharmayatindo mudah dijangkau dengan berbagai alat Transportasi. Lokasi toko cat Dharmayatindo dekat dengan konsumen. Lokasi toko cat Dharmayatindo berada di lingkungan sentra mebel yang mendukung.