

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada beberapa bab dimuka dan analisis data yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja pada 3 Warung Pengecer Model Swalayan yang ada di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis (H_1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,015 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_1 . Hal ini berarti variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.
2. Hasil pengujian hipotesis (H_2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas dan keragaman produk terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,020 tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini di terima . Hal ini berarti variabel kualitas dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.

3. Hasil pengujian hipotesis (H_3) telah membuktikan terdapat pengaruh antara fasilitas toko/warung terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja. Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,009 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_3 . Hal ini berarti variabel fasilitas toko/warung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.
4. Hasil pengujian hipotesis (H_4) telah membuktikan terdapat pengaruh antara pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja. Sesuai dengan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,016 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_4 . Hal ini berarti variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.
5. Hasil pengujian hipotesis (H_5) telah membuktikan terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja. Sesuai dengan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,028 tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini menerima H_5 . Hal ini berarti variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.

6. Hasil pengujian hipotesis (H_6) Secara simultan variabel harga, kualitas dan keragaman produk, fasilitas toko/warung, pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F diperoleh nilai sebesar 41,802 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) maka H_6 diterima.
7. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,673 yang artinya bahwa variabel keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu harga, kualitas dan keragaman produk, fasilitas toko/warung, pelayanan, dan lokasi sebesar 67,3% dan sisanya 32,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
8. Persamaan rumus regresi linier berganda dapat diperoleh hasil sebagai berikut : $Y = 1,691 + 0,249X_1 + 0,209X_2 + 0,228X_3 + 0,292X_4 + 0,166X_5$

Persamaan diatas menunjukkan menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5) terhadap variabel dependen (Y). masing-masing koefisien regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Konstanta (a) = 1,691 artinya rata-rata kontribusi variabel lain di luar model memberikan dampak positif terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja.
- b. Nilai koefisien regresi variabel harga (X_1) sebesar 0,249 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika harga yang ditawarkan pada 3 warung pengecer model swalayan yang ada di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul semakin kompetitif, maka keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja akan semakin baik. Apabila harga

berpotensi naik satu satuan maka keputusan konsumen akan naik sebesar 0,249 satuan.

- c. Nilai koefisien regresi variabel kualitas dan keragaman produk (X2) sebesar 0,209 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika kualitas dan keragaman produk semakin baik, maka keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja akan meningkat. Apabila kualitas dan keragaman produk naik satu satuan maka keputusan konsumen akan naik sebesar 0,209 satuan.
- d. Nilai koefisien regresi variabel fasilitas toko/warung (X3) sebesar 0,228 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi konsumen terhadap fasilitas toko/warung semakin baik, maka keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja akan meningkat. Apabila fasilitas toko/warung naik satu satuan maka keputusan konsumen akan naik sebesar 0,228 satuan.
- e. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan (X4) sebesar 0,292 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi konsumen terhadap pelayanan pada 3 warung pengecer model swalayan yang ada di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul semakin baik, maka keputusan konsumen akan meningkat. Apabila pelayanan meningkat satu satuan maka keputusan konsumen akan naik sebesar 0,292 satuan.
- f. Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X5) sebesar 0,166 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika persepsi pasien terhadap lokasi pada 3 warung pengecer model swalayan yang ada di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul semakin baik, maka keputusan konsumen akan

meningkat. Apabila faktor lokasi meningkat satu satuan maka keputusan konsumen akan naik sebesar 0,166 satuan.

B. Implikasi

Dari hasil kesimpulan penelitian ini yaitu terbukti bahwa variabel fasilitas toko/warung pada 3 Warung Pengecer Model Swalayan yang ada di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja dibandingkan dengan variabel lain seperti harga, kualitas dan keragaman produk, pelayanan dan lokasi. Secara lebih spesifik, barang-barang yang tersedia, pelayanan, fasilitas fisik, promosi, suasana toko dan kenyamanan disebut sebagai dimensi dari atribut toko. Beberapa konsumen lebih merasa senang berbelanja dan menghabiskan waktu untuk melihat-lihat barang. Tapi bagi beberapa konsumen lainnya, hanya berbelanja barang yang dibutuhkan saja, tanpa menghabiskan waktu untuk melihat-lihat barang lainnya. Beberapa konsumen yang berorientasi pada harga akan memilih toko yang menawarkan harga murah namun bagi konsumen lainnya memilih toko dengan tingkat layanan yang baik atau yang menawarkan produk atau jasa unik atau karena toko tersebut mencerminkan kepribadian mereka. Banyak pelaku pasar yang mencoba untuk meningkatkan hubungan antara toko dengan konsumen, misalnya dengan penentuan lokasi yang nyaman.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka dapat diusulkan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu meningkatkan keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja pada 3 Warung Pengecer Model Swalayan yang ada di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, faktor harga perlu dioptimalkan agar faktor ini dapat berperan dengan baik dalam mendorong keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dan pemilihan tempat berbelanja. Harga yang ditawarkan di warung semakin terjangkau akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja
2. Faktor kualitas dan keragaman produk perlu terus dikembangkan dan agar faktor ini dapat mendorong keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dan memilih tempat berbelanja.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain di luar variabel yang sudah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi dan dapat mengetahui pengaruh faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja di 3 warung pengecer model swalayan yang ada di kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul, variabel tersebut seperti variabel kenyamanan dan variabel promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Prakti) Edisi Revisi IV*. Cetakan Kesebelas. Jakarta: Pineke Cipta.
- Azwar, S. 2004. *Reliabilitas dan Validitas (Edisi ketiga, cetakan kedua)*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Dewi, Putri Dyah Ayu Vithaloka. 2013. *Pengaruh Store Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Assalam Hypermarket Surakarta Tahun 2012*. Skripsi. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Firmansyah. 2009. *Pengaruh Atribut Toko Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Ritel Alfamart Cabang Bintaro (Studi Kasus Pada Konsumen Minimarket Alfamart Cabang Bintaro Sektor 9 Kabupaten Tangerang)*. Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan rogram SPSS Edisi 3*. BP Undip.
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga belas)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran (Edisi ketiga belas)*. Jilid 2. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Rukmana, Jati. 2015. *Analisis Atribut Warung Pengecer Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Beberapa Warung Pengecer Model Swalayan Di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman)*. Fakultas Ekonomi. Universitas PGRI Yogyakarta.
- Schindler, S. Pamela dan Donald R Cooper. 2003. *Business Research Methods Nine Edition*. Mc Graw – Hilli.
- Semuel, Hatane. 2006. Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Hypermarket Carrefour di Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 2, pp:53-64.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. CV. Alfabeta, Bandung

- Sumarni, Murti. 2011. *Manajemen Pemasaran Bank – Edisi Revisi*. Yogyakarta: Liberty.
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta : Andy Offset
- Yanto, Rudi. 2007. *Analisis Mengenai Pengaruh Atribut-Atribut Toko (Sifat Dan Keragaman Produk, Harga Dan Sistem Pembayaran, Promosi, Dan Pelayanan) Dengan Kinerja Supermarket Gardena Yogyakarta*.

LAMPIRAN



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jln. PGRI I Sonosewu No 117 Kotak Pos 1123 Yogyakarta-55182
Tlp (0274) 376808, 373198, 373038 Fax (0274) 376808

Nomor : 23/FE-UPY/X/2015

Lamp. : -

H a l : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada
Kepala Toko Citra Madina
Di tempat

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, memohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberikan Ijin observasi bagi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Astuti Yakudana
Nomor Mahasiswa : 12133200056
Prodi/Semester : Manajemen/ VII
Fakultas : Ekonomi
Perguruan Tinggi : Universitas PGRI Yogyakarta
Judul Skripsi : ANALISIS ATRIBUT WARUNG PENGECEK YANG MEMEPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN TEMPAT BERBELANJA (Studi Kasus pada Beberapa Warung Pengecer Model Swalayan Di Kecamatan Kasihan Di Bantul)
Tempat Penelitian : Toko Damai

Demikian surat permohonan ini disampaikan, dan atas kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 10 Oktober 2015
Dekan Fakultas Ekonomi



Hari Durnama, S.E., M.M.
NIS. 19620211190503 1 004

Tembusan Yth. :

1. Mahasiswa yang bersangkutan
2. Arsip



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jln. PGRI Sonosewu No 117 Kotak Pos 1123 Yogyakarta-55182
Tlp (0274) 376808, 373198, 373038 Fax (0274) 376808

Nomor : 23/FE-UPY/X/2015

Lamp. :-

H a l : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada
Kepala Toko Damai
Di tempat

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, memohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberikan Ijin observasi bagi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Astuti Yakudana
Nomor Mahasiswa : 12133200056
Prodi/Semester : Manajemen/ VII
Fakultas : Ekonomi
Perguruan Tinggi : Universitas PGRI Yogyakarta
Judul Skripsi : ANALISIS ATRIBUT WARUNG PENGECEK YANG MEMEPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN TEMPAT BERBELANJA (Studi Kasus pada Beberapa Warung Pengecek Model Swalayan Di Kecamatan Kasihan Di Bantul)
Tempat Penelitian : Toko Damai

Demikian surat permohonan ini disampaikan, dan atas kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 19 Oktober 2015
Dekan Fakultas Ekonomi



Tembusan Yth. :

1. Mahasiswa yang bersangkutan
2. Arsip



UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jln. PGRI I Sonosewu No 117 Kotak Pos 1123 Yogyakarta-55182
Tlp (0274) 376808, 373198, 373038 Fax (0274) 376808

Nomor : 23/FE-UPY/X/2015

Lamp. :-

H a l : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada

Kepala Toko Nitipuran

Di tempat

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, memohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberikan Ijin observasi bagi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Astuti Yakudana
Nomor Mahasiswa : 12133200056
Prodi/Semester : Manajemen/ VII
Fakultas : Ekonomi
Perguruan Tinggi : Universitas PGRI Yogyakarta
Judul Skripsi : ANALISIS ATRIBUT WARUNG PENGECEK YANG MEMEPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN TEMPAT BERBELANJA (Studi Kasus pada Beberapa Warung Pengecer Model Swalayan Di Kecamatan Kasihan Di Bantul)
Tempat Penelitian : Toko Damai

Demikian surat permohonan ini disampaikan, dan atas kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 10 Oktober 2015
Dekan Fakultas Ekonomi

Hari Purnama, SE. MM
NIS. 19620221 199503 1 004

Tembusan Yth. :

1. Mahasiswa yang bersangkutan
2. Arsip

Lampiran Kuesioner Penelitian

**KUESIONER ANALISIS ATRIBUT WARUNG PENGECEK YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN
TEMPAT BERBELANJA
(Studi Kasus Pada Beberapa Warung Pengecer Model Swalayan
di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul)**

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : (boleh tidak diisi)

Alamat :

Jenis Kelamin : L/P (coret yang tidak perlu)

Usia : ≤ 20 tahun 31- 40 ≥ 50 tahun
 21 – 30 41 – 50

Jabatan / Pekerjaan : Pelajaran / mahasiswa

PNS

Pegawai swasta

Wiraswasta

Ibu Rumah Tangga

Pendapatan : < Rp 1.000.000,-

Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000

Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000

Rp 2.000.000 – Rp 2.500.000

>Rp 2.500.000,-

Beri tanda (√) pada jawaban yang sesuai dengan karakteristik anda. Skala yang digunakan adalah sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

A. HARGA (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Anda berbelanja di Warung Pengecer Model Swalayan karena harganya dapat dijangkau oleh pendapatan anda					
2	Anda berbelanja di Warung Pengecer Model Swalayan karena harganya yang lebih murah dibanding tempat lain.					
3	Harga tertera dengan jelas pada produk yang dijual di Warung Pengecer Model Swalayan					
4	harga di Warung Pengecer Model Swalayan sesuai dengan kualitas					

B. UALITAS DAN KERAGAMAN PRODUK (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Anda berbelanja di Warung Pengecer Model Swalayan karena produk yang dijual berkualitas baik					
2	Anda senang baerbelanja kebutuhan di Warung Pengecer Model Swalayan karena semua produk kebutuhan sehari-hari anda tersedia					
3	Anda selalu berbelanja di Warung Pengecer Model Swalayan karena produk yang ditawarkan tersedia dalam berbagai pilihan jenis merek					
4	Anda berbelanja di Warung Pengecer Model Swalayan karena setiap jenis produk yang dijual selalu dalam keadaan baru dan tidak kadaluarsa					

C. FASILITAS TOKO/WARUNG (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Anda senang berbelanja di Warung Pengecer Model Swalayan karena penerangan di dalam membuat anda nyaman					
2	Anda senang berbelanja di Warung Pengecer Model Swalayan karena tersedia keranjang untuk meletakkan barang-barang					
3	Kesesuaian dalam penataan etalase dan penataan rak membuat anda nyaman sewaktu berbelanja					
4	Warung pengecer model swalayan memiliki lahan parkir yang luas					

D. PELAYANAN (X₄)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Anda senang berbelanja di Warung Pengecer Model Swalayan karena tidak antri terlalu lama dalam melakukan pembayaran					
2	Anda senang berbelanja di Warung Pengecer Model Swalayan karena pelayanan yang ramah					
3	Anda berbelanja kebutuhan di Warung Pengecer Model Swalayan karena penyajian produknya tertata rapi sehingga memudahkan dalam pencarian produk yang dibeli					
4	Karyawan Warung Pengecer Model Swalayan selalu membantu anda mengenai letak barang yang anda tidak ketahui					

E. LOKASI (X₅)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Warung Pengecer Model Swalayan berlokasi pada tempat yang mudah dicari dan cocok berada di pinggir jalan yang banyak dilalui kendaraan					
2	Akses menuju Warung Pengecer Model Swalayan mudah dijangkau oleh konsumen					
3	Lokasi Warung Pengecer Model Swalayan dekat dengan tempat tinggal					
4	Warung Pengecer Model Swalayan memiliki lokasi yang aman dan nyaman					

**F. KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN TEMPAT
BERBELANJA (Y)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga produk yang sesuai dengan pendapatan anda					
2	Kualitas produk sesuai harapan dan kelengkapan produk yang ditawarkan sangat membantu kebutuhan sehari-hari anda					
3	Adanya lahan parkir yang luas membuat anda nyaman					
4	Pelayanan yang diberikan membuat anda setia untuk berbelanja					
5	Lokasi Warung Pengecer Model Swalayan dekat dengan tempat tinggal anda					

REKAPITULASI DATA UJI COBA

Res ponden	HARGA (X1)				KUALITAS dan KERAGAMAN PRODUK (X2)				FASILITAS TOKO/ WARUNG (X3)				PELAYANAN (X4)				LOKASI (X5)					KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN TEMPAT BERBELANJA (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	3	1	3	5	3	4	2	4	2	3	1	2	3	4	5	5	3	4	1	4	5	3	1	2	
2	5	3	4	2	5	3	3	2	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4	3	2	3	4	3	3	4	
3	5	4	5	3	5	3	4	2	4	3	5	4	2	1	2	2	5	4	3	4	3	2	3	3	2	
4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	2	2	1	1	2	4	3	2	2	
5	2	2	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	3	2	3	
6	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	3	
7	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	5	5	4	4	3	4	3	3	4	
8	3	3	3	1	4	4	3	4	5	4	3	1	3	5	3	4	3	2	1	2	4	3	5	2	4	
9	2	2	2	3	1	2	2	2	3	5	3	1	2	1	2	4	1	3	3	2	2	5	2	4	1	
10	3	3	3	1	1	3	3	1	2	3	3	1	2	2	3	1	2	5	2	1	5	4	3	2	1	
11	3	2	2	1	1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	5	3	2	4	5	4	3	4	2	
12	5	3	2	1	1	1	4	2	2	2	1	3	3	2	3	5	4	3	4	3	4	2	2	1	3	
13	3	3	2	1	1	3	4	5	3	3	2	4	2	3	2	3	2	2	1	2	2	3	2	3	3	
14	2	3	2	1	4	3	2	1	3	2	1	3	3	2	2	1	5	3	2	1	2	1	2	1	2	
15	5	4	4	4	5	4	3	4	2	3	2	3	5	4	3	2	5	4	3	1	5	4	3	3	4	
16	4	5	3	4	3	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	5	3	2	2	3	4	3	2	
17	4	3	4	3	2	3	2	4	4	2	3	5	4	3	4	3	3	3	4	5	5	2	3	4	1	
18	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	
19	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	4	3	4	5	3	5	4	5	3	3	5	4	4	3	
20	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
21	5	5	5	4	4	3	4	3	5	4	5	3	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	3	5	5	
22	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	2	2	3	2	3	5	4	3	2	2	2	3	3	3	4	
23	4	2	3	4	4	4	3	4	2	2	1	2	2	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	5	
24	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	
25	4	3	3	5	3	3	5	2	5	4	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	
26	3	2	3	1	3	3	3	2	4	2	4	2	1	3	5	3	2	3	5	2	5	3	4	4	2	
27	1	5	2	4	2	5	4	4	1	3	1	2	3	2	1	2	3	2	3	1	2	2	2	3	1	
28	2	1	3	1	1	2	2	2	3	5	1	3	3	1	3	1	3	3	1	4	5	4	4	4	4	
29	3	1	3	2	1	5	2	2	1	3	2	1	3	3	1	2	3	3	1	1	1	2	3	1	1	
30	3	2	3	1	1	3	2	2	3	2	2	1	1	3	3	1	2	3	1	4	4	3	4	4	5	

HASIL UJI COBA VALIDITAS & RELIABILITAS HARGA (X1)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X11	3.4667	1.04166	30
X12	3.0667	1.04826	30
X13	3.2333	.97143	30
X14	2.8333	1.41624	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X11	9.1333	7.499	.401	.690
X12	9.5333	6.947	.511	.629
X13	9.3667	7.137	.537	.619
X14	9.7667	5.289	.549	.613

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.6000	10.869	3.29681	4

HASIL UJI COBA VALIDITAS & RELIABILITAS KUALITAS DAN KERAGAMAN PRODUK (X2)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.656	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X21	3.1000	1.49366	30
X22	3.4000	.96847	30
X23	3.4000	.89443	30
X24	2.9000	1.12495	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X21	9.7000	5.252	.412	.642
X22	9.4000	6.800	.508	.552
X23	9.4000	7.352	.444	.595
X24	9.9000	6.438	.455	.575

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.8000	10.303	3.20990	4

HASIL UJI COBA VALIDITAS & RELIABILITAS FASILITAS TOKO/ WARUNG (X3)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X31	3.3333	1.18419	30
X32	3.3333	.95893	30
X33	3.0333	1.24522	30
X34	2.6667	1.21296	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X31	9.0333	6.723	.625	.621
X32	9.0333	8.378	.480	.708
X33	9.3333	6.782	.560	.661
X34	9.7000	7.390	.471	.714

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.3667	11.964	3.45895	4

HASIL UJI COBA VALIDITAS & RELIABILITAS PELAYANAN (X4)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X41	3.1000	1.21343	30
X42	3.0000	1.08278	30
X43	3.2667	1.17248	30
X44	3.0667	1.25762	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X41	9.3333	8.299	.483	.754
X42	9.4333	8.047	.640	.674
X43	9.1667	8.006	.568	.708
X44	9.3667	7.551	.581	.701

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.4333	13.151	3.62637	4

HASIL UJI COBA VALIDITAS & RELIABILITAS LOKASI (X5)

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X51	3.8333	1.26173	30
X52	3.4667	.81931	30
X53	3.2000	1.18613	30
X54	2.7000	1.39333	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X51	9.3667	7.275	.495	.671
X52	9.7333	8.616	.613	.640
X53	10.0000	7.517	.509	.661
X54	10.5000	6.672	.503	.675

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.2000	12.234	3.49778	4

**HASIL UJI COBA VALIDITAS & RELIABILITAS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
PEMILIHAN TEMPAT BERBELANJA (Y)**

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	3.4000	1.30252	30
Y2	3.5000	1.10641	30
Y3	3.1333	.81931	30
Y4	3.0667	1.11211	30
Y5	2.9333	1.28475	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	12.6333	9.551	.535	.666
Y2	12.5333	10.671	.506	.677
Y3	12.9000	12.300	.449	.704
Y4	12.9667	10.516	.527	.669
Y5	13.1000	10.093	.466	.695

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.0333	15.551	3.94342	5

REKAPITULASI DATA PENELITIAN

Res ponden	IDENTITAS				HARGA (X1)				KUALITAS dan KERAGAMAN PRODUK (X2)				FASILITAS TOKO/ WARUNG (X3)				PELAYANAN (X4)				LOKASI (X5)					KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN TEMPAT BERBELANJA (Y)				
	ID1	ID2	ID3	ID4	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	1	2	2	4	4	5	3	1	2	4	2	5	2	4	3	1	5	1	4	2	4	2	4	1	3	4	2	3	1	
2	1	4	4	4	1	5	3	1	3	5	3	1	2	5	2	3	1	5	3	1	3	5	3	1	1	5	3	2	1	
3	1	1	3	5	5	3	4	2	5	3	5	2	5	3	4	1	5	3	4	2	5	3	3	2	5	3	4	2	4	
4	1	1	4	4	5	3	3	4	5	3	4	2	5	3	3	1	5	3	4	2	5	3	2	4	3	4	3	2	3	
5	1	1	4	4	5	4	4	4	5	3	1	5	5	4	3	3	5	4	4	4	5	2	3	3	2	2	3	2	4	
6	1	2	2	5	5	3	2	1	2	4	5	5	5	3	2	1	1	3	4	5	3	3	2	1	5	3	2	1	3	
7	1	1	3	2	5	3	2	1	1	3	4	3	5	4	2	3	5	3	2	3	5	3	2	1	5	3	2	1	3	
8	1	2	2	4	4	5	3	3	5	3	4	5	5	3	4	4	5	3	4	2	5	3	4	2	5	4	3	3	4	
9	1	2	4	3	3	3	4	2	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	
10	1	5	2	5	5	3	2	4	3	2	1	5	5	3	2	1	5	3	4	2	2	3	4	1	5	3	4	1	2	
11	1	3	3	5	5	4	1	3	5	3	4	2	4	5	3	1	2	3	4	5	5	3	4	1	4	5	3	1	2	
12	1	2	3	2	5	3	4	2	5	3	5	2	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4	3	2	5	4	3	2	4	
13	1	2	2	1	5	4	5	3	5	3	4	2	4	3	5	4	4	3	4	2	5	4	3	4	4	5	3	3	2	
14	1	1	3	1	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	2	1	1	4	4	3	2	2	
15	1	1	1	1	2	2	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	2	3	3	2	3	
16	1	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3	
17	2	1	1	1	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	3	4	3	4	3	4	
18	2	1	1	1	5	4	3	1	4	5	3	1	5	4	3	1	3	5	3	4	5	3	1	2	4	3	5	2	4	
19	2	3	3	4	2	5	2	3	1	5	3	2	3	5	3	1	2	4	2	4	1	5	3	2	2	5	2	4	1	
20	2	5	5	1	3	5	3	1	1	5	3	1	2	5	3	1	4	3	3	1	2	5	2	1	5	4	3	2	1	
21	2	3	3	3	5	3	2	1	1	2	3	4	5	3	2	3	5	3	2	3	5	3	2	4	5	4	3	4	2	
22	2	2	2	5	5	3	2	1	1	1	4	2	5	3	2	1	5	3	2	3	5	2	3	4	5	4	3	4	2	
23	2	4	5	4	5	3	2	1	1	3	4	5	5	3	2	4	4	3	2	2	4	3	2	1	5	4	2	1	3	
24	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	5	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	
25	2	1	1	1	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	4	4	2	3	3	4	
26	2	4	5	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	3	4	5	
27	2	2	1	1	4	5	3	2	5	3	4	2	3	2	4	1	5	4	3	1	3	2	4	5	1	2	3	5	4	
28	2	2	5	1	4	5	3	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	4	5	3	5	3	4	2	4	4	5	3	2	
29	2	2	1	1	2	2	3	4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	
30	2	1	1	1	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	
31	2	1	1	1	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	
32	2	2	2	1	5	4	5	3	4	4	5	3	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	3	4	
33	1	2	3	4	3	5	5	4	4	5	5	3	5	5	3	2	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	3	4	
34	2	2	3	2	1	3	2	1	5	5	1	3	4	3	4	1	1	3	4	3	3	4	2	1	5	3	2	4	1	
35	2	2	3	2	5	2	1	3	4	5	2	1	5	3	2	1	4	3	2	1	3	4	2	1	5	3	2	4	1	

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Frequencies

Statistics

		JK	USIA	PEKERJAAN	PENDAPATAN
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	44	44.0	44.0	44.0
	Perempuan	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 tahun	18	18.0	18.0	18.0
	21-30 tahun	35	35.0	35.0	53.0
	31-40 tahun	32	32.0	32.0	85.0
	41-50 tahun	11	11.0	11.0	96.0
	>50 tahun	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	22	22.0	22.0	22.0
	PNS	23	23.0	23.0	45.0
	Pegawai Swasta	25	25.0	25.0	70.0
	Wiraswasta	17	17.0	17.0	87.0
	Ibu rumah tangga	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PENDAPATAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp 1.000.000	26	26.0	26.0	26.0
	Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000	15	15.0	15.0	41.0
	Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000	13	13.0	13.0	54.0
	Rp 2.000.000 - Rp 2.500.000	27	27.0	27.0	81.0
	>Rp 2.500.000	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	7.00	19.00	12.7100	2.48752
X2	100	6.00	17.00	12.1000	2.50454
X3	100	7.00	17.00	12.1800	2.48381
X4	100	9.00	19.00	13.0400	2.19697
X5	100	8.00	20.00	13.3300	2.68575
Y	100	11.00	23.00	16.1800	2.74278
Valid N (listwise)	100				

HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X5, X2, X3, X1, X4 ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 ^a	.690	.673	1.56777

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X3, X1, X4

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	513.718	5	102.744	41.802	.000 ^a
	Residual	231.042	94	2.458		
	Total	744.760	99			

a. Predictors: (Constant), X5, X2, X3, X1, X4

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.691	1.030		1.642	.104
	X1	.249	.100	.226	2.489	.015
	X2	.209	.088	.191	2.371	.020
	X3	.228	.085	.206	2.677	.009
	X4	.292	.119	.234	2.456	.016
	X5	.166	.074	.163	2.237	.028

a. Dependent Variable: Y



FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

Jln. PGRI I Sonosewu No 117 Kotak Pos 1123 Yogyakarta-55182
Tlp (0274) 376808, 373198, 373038 Fax (0274) 376808

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama : ASTUTI YAKUDANA
 N P M : 121 332 000 56
 Program Studi : MANAJEMEN
 Dosen Pembimbing : Dra. MURTI SUMARNI, MM
 Judul Skripsi : ANALISIS ATRIBUT WARUNG PENGECEK YANG
 MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
 PEMILIHAN TEMPAT BERBELANJA

NO	HARI/TGL	MATERI	TTD Pembimbing
1.	23-9-'15	Konsultasi judul	MM
2	25-9-15	Konsultasi lokasi/judul	MM
3	7-10-'15	Proposal	MM
4	10-10-'15	Proposal Acc	MM
5	21-10-'15	Bab 1, 2	MM
6.	24-10-'15	Bab 1 Acc	MM
7	2-11-'15	Bab 2, Acc	MM
8	4-1-'16	Bab 3	MM
9	8-1-'16	Bab 3 Acc	MM
10	26-1-16	Bab 4, 5	MM
11	3-2-'16	Bab 4, 5	MM
12	4-2-'16	Bab 4 Acc	MM
13	5-2-'16	Bab 5 Acc	MM

Yogyakarta, 5-Februari 2016
 Dosen Pembimbing

Murti Sumarni
 (Dra. Murti Sumarni, M.M.)