

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Indomaret Patimura

Berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka pada tahun 1988 didirikanlah sebuah gerai yang diberi nama Indomaret. Sejalan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Guna mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern berdasarkan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman.

Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoperasian toko dan pergeseran perilaku belanja masyarakat ke gerai modern, maka terbit keinginan luhur untuk mengabdikan lebih jauh bagi nusa dan bangsa. Niat ini diwujudkan dengan mendirikan Indomaret, dengan badan hukum PT. Indomarco Prismatama yang memiliki visi “menjadi jaringan ritel yang unggul” serta moto “mudah dan hemat”. Pada mulanya Indomaret membentuk konsep penyelenggaraan gerai yang berlokasi di dekat hunian konsumen, menyediakan berbagai kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari, melayani masyarakat umum yang bersifat majemuk, serta memiliki luas toko sekitar 200 m².

Seiring dengan perjalanan waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen. Dalam hal ini terjadilah proses pembelajaran untuk pengoperasian suatu jaringan retail yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi. Setelah menguasai pengetahuan dan keterampilan mengoperasikan jaringan ritel dalam skala besar, Manajemen berkomitmen untuk menjadikan Indomaret sebagai

sebuah aset nasional. Hal ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa seluruh pemikiran dan pengoperasian Perusahaan ditangani sepenuhnya oleh putra putri Indonesia.

Sebagai aset nasional, Indomaret ingin berbagi kepada masyarakat Indonesia melalui bisnis waralaba dan juga mampu bersaing dalam persaingan global. Oleh karena itu, visi perusahaan kemudian berkembang “menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global”. Konsep bisnis waralaba Indomaret adalah yang pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. Sambutan masyarakat ternyata sangat positif, terbukti dengan peningkatan jumlah Terwaralaba Indomaret dari waktu ke waktu. Konsep bisnis waralaba Perusahaan juga diakui oleh pemerintah melalui penghargaan yang diberikan kepada Indomaret selaku “Perusahaan Waralaba Unggul 2003”. Penghargaan semacam ini adalah yang pertama kali diberikan kepada perusahaan minimarket di Indonesia dan sampai saat ini hanya Indomaret yang menerimanya. Indomaret berkembang sangat pesat dengan jumlah toko per Agustus 2023 ada 22.077. Sebagian besar pasokan barang dagangan untuk seluruh gerai berasal dari 42 pusat distribusi Indomaret yang menyediakan lebih dari 5.000 jenis produk. Kini, keberadaan Indomaret makin diperkuat dengan kehadiran Indogrosir, anak perusahaan dengan konsep bisnis Pusat Perkulakan.

Indomaret Pattimura pertama kali dibuka pada tanggal 04 April 2023 sebagai salah satu perusahaan besar Indomaret terus meningkatkan kualitas pelayanan, menumbuhkan strategi yang agresif dengan mengambil seluruh kekuatan yang ada dan memanfaatkan setiap peluang yang dimiliki. Strategi yang dimaksud adalah strategi harga, strategi promosi dan distribusi. Dalam hal sederhana, tidak ada gunanya memiliki produk di toko di Indomaret yang sangat baik jika jenis konsumen yang akan membelinya tampaknya tidak suka akan pembelian suatu produk secara langsung atau di Indomaret (Jusoh dan Ling, 2012).

4.1.2 Visi , Misi Serta Struktur Organisasi dan Fungsi

Sebagai suatu pandangan kedepan atau tujuan yang ingin dicapai

maka Indomaret Mudik membuat beberapa visi dan misi antara lain:

1. Menjunjung tinggi kejujuran, kebenaran dan keadilan
2. Bekerja sama di dalam tim guna membangun kemajuan perusahaan
3. Kepuasan pelanggan adalah kepuasan kami
4. Supaya kegiatan pemasaran di Indomaret Pattimura berjalan lancar maka dibuat strktur organisasi sebagai berikut:

1. CIF (Kepala Toko)

Tugas utama kepala toko adalah menjaga kepercayaan dan membina hubungan baik dengan pelanggan serta memberikan motivasi dan evaluasi kerja team. Mengontrol dan mengawasi kinerja karyawan.

2. SSL (Asisten Kepala Toko)

Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional dan semua aktivitas toko di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan yang diarahkan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan toko.

3. SJL (*Leader*)

Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional toko dengan melakukan pengendalian. Mengkoordinir semua aktifitas toko didalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan yang diarahkan untuk kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan toko.

4. Kasir

Tugas-tugas pokok seorang kasir meliputi; menerima pembayaran, mengurus struk pembayaran, membungkus belanjaan dan memantau transaksi yang berlangsung baik dengane-money, kartu kredit atau debit, maupun uang tunai.

5. Pramuniaga

Tugas utama dari pramuniaga adalah melayani konsumen di tempat tersebut untuk membantu menemukan barang yang dicari

4.2 Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui

kuesioner yang diberikan kepada 40 orang konsumen Indomaret Pattimura Mudik di Gunungsitoli sebagai responden, maka dapat diketahui karakteristik setiap konsumen. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi masukan bagi Indomaret Pattimura Mudik dalam menyusun strategi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik konsumennya di masa yang akan datang.

Karakteristik/identitas responden ini berdasarkan jenis kelamin, usia responden, pekerjaan, pendapatan dan pembayaran. Oleh karena itu, uraian mengenai karakteristik responden dapat diuraikan sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah responden	Presentase
Laki-Laki	25	62,5%
Perempuan	15	37,5%
Jumlah	40	100%

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.1 (Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin), menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki merupakan yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 25 orang atau 62,5%, responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 15 atau 37,5%, responden yang paling sedikit.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
<20 tahun	13	32,5%
21 – 30 tahun	16	40%
>31 tahun	11	27.5%
Jumlah	40	100%

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.2 (Karakteristik Responden Berdasarkan Usia), menunjukkan bahwa responden yang berusia 21- 30 tahun merupakan yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 16 orang atau 40%, responden yang berusia <20 tahun yaitu 13 atau 32,5% dan yang paling sedikit menjadi responden yaitu responden yang berusia >31 tahun yaitu berjumlah 11 orang atau 27,5%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
Mahasiswa	11	27,5%
Pegawai Negeri	6	15,0%
Pegawai Swasta	3	7,5,0%
Wiraswasta	8	20%
Lainnya	12	30%
Jumlah	40	100%

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.3 (Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan), menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan lainnya merupakan yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 12 orang atau 30%, responden yang memiliki pekerjaan mahasiswa berjumlah 11 orang atau 27%, responden yang memiliki pekerjaan wiraswasta berjumlah 6 orang atau 15% responden yang memiliki pekerjaan pegawai negeri berjumlah 6 orang tau 15% dan yang paling sedikit menjadi responden yaitu responden yang memiliki pekerjaan pegawai swasta, terdiri dari 3 orang atau 7,5%.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah responden	Presentase
≤Rp 2.000.000	11	27,5%
Rp 2.100.000 – Rp 4.000.000	14	35,0%
Rp 4.100.000 – Rp 6.000.000	9	22,5%
>Rp 6.000.000	6	15,0%
Jumlah	40	100%

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.4 (Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan), menunjukkan bahwa responden yang berpendapatan Rp 2.100.000 — Rp 4.000.000 merupakan yang paling banyak menjadi responden dalam penelitian ini yaitu berjumlah 14 orang atau 35,0%, responden yang berpendapatan ≤Rp 2.000.000 berjumlah 11 orang atau 27,0%, responden yang berpendapatan Rp 4.100.000 — Rp 6.000.000 berjumlah 9 orang atau 22,5% dan yang paling sedikit menjadi responden yaitu responden yang berpendapatan >Rp 6.000.000 sebanyak 6 orang atau 15,0%.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembayaran

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pembayaran

Pembayaran	Jumlah Responden	Presentase
Cash	30	75,0%
Debit	10	25,0%
Jumlah	40	100%

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.5 (Karakteristik Responden Berdasarkan Pembayaran), menunjukkan bahwa responden yang menggunakan pembayaran cash merupakan yang paling banyak dalam responden ini berjumlah 30 orang atau 75,0% dan yang paling sedikit adalah pembayaran debit berjumlah 10 orang atau 25,0%.

4.3 Analisis hasil Penelitian

4.3.1 Verifikasi Data

Berdasarkan tahapan dalam pengolahan hasil penelitian yang diawali

dengan verifikasi data yang telah diperoleh merupakan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti untuk memastikan dan mengecek semua daftar pernyataan angket yang telah disiapkan. Kemudian, peneliti mengadakan analisis angket tersebut guna mengetahui apakah angket yang telah diedarkan telah memenuhi syarat sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan.

Dari hasil verifikasi data, didapatkan bahwa angket yang telah diedarkan kepada 40 orang responden telah dikembalikan secara utuh dalam keadaan dan kondisi baik, serta diisi sesuai dengan petunjuk pengisian yang diberikan. Untuk itu, hasil angket yang diterima peneliti dari responden selanjutnya diolah sebagai bahan analisa dalam penelitian ini.

4.3.2 Deskripsi Variabel Penelitian (X)

Dalam penelitian ini ada 2 (dua) variabel yaitu: Perilaku Konsumen (X) dan Keputusan Pembelian (Y), sehingga dalam pendistribusian angket kepada responden sebanyak 40 orang berdasarkan pada variabel penelitian, seluruhnya terdiri dari 20 butir/soal variabel (X) dan variabel (Y) sebanyak 20 butir item soal, semua telah dijawab.

Tabel 4.6
Jawaban Responden Sesuai Dengan
Alternatif Jawaban Variabel X

No.R es	X. 1	X. 2	X. 3	X. 4	X. 5	X. 6	X. 7	X. 8	X. 9	X. 10	X. 11	X. 12	X. 13	X. 14	X. 15	X. 16	X. 17	X. 18	X. 19	X. 20	Sk or
1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	64
2	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	67
3	3	4	2	4	3	1	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	63
4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	67
5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	68
6	3	3	4	2	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	63
7	4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	65

8	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	67
9	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	64
10	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	69
11	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	65
12	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	67
13	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	66
14	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	65
15	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	68
16	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	70
17	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	68
18	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	65
19	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	68
20	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	65
21	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	65
22	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	65
23	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	69
24	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	69
25	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	70
26	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	71
27	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	70
28	3	3	3	3	2	3	2	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	62
29	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	74
30	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	74
31	4	3	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	56
32	3	4	2	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	57

33	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	52
34	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	4	2	3	3	4	2	3	54
35	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	67
36	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	1	3	3	3	2	59
37	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	4	3	3	64
38	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	67
39	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	2	3	4	3	61
40	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	2	4	2	2	59
Jumlah	137	135	128	138	132	129	130	141	128	139	120	119	118	153	119	118	122	156	122	125	2609

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023

Pengolahan data tersebut diatas, peneliti membuat rekapitulasi jumlah responden sesuai dengan alternatif jawaban. Jika responden memilih alternatif SS = 4, alternatif S = 3, alternatif TS = 2 dan alternatif TST = 1, demikian juga dengan yang kedua sampai dengan responden yang keseratus.

Rekapitulasi jawaban disesuaikan dengan jumlah setiap opsi yang dipilih setiap responden. Hasil dari rekapitulasi jawaban sesuai dengan alternatif jawaban sebagaimana terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Rekapitulasi Jawaban Responden Sesuai Dengan
Alternatif Jawaban Variabel X

No.	Alternatif				Jumlah	Skor
Res	SS	S	TS	STS		
1	4	16	0	0	20	64
2	7	13	0	0	20	67
3	6	12	1	1	20	63
4	7	13	0	0	20	67

5	8	12	0	0	20	68
6	5	13	2	0	20	63
7	6	13	1	0	20	65
8	8	11	1	0	20	67
9	5	14	1	0	20	64
10	9	11	0	0	20	69
11	5	15	0	0	20	65
12	8	12	0	0	20	67
13	7	12	1	0	20	66
14	6	14	0	0	20	65
15	8	12	0	0	20	68
16	10	10	0	0	20	70
17	8	12	0	0	20	68
18	5	15	0	0	20	65
19	8	12	0	0	20	68
20	6	13	1	0	20	65
21	5	15	0	0	20	65
22	5	15	0	0	20	65
23	9	11	0	0	20	69
24	9	11	0	0	20	69
25	10	10	0	0	20	70
26	11	9	0	0	20	71
27	10	10	0	0	20	70

28	5	12	3	0	20	62
29	14	6	0	0	20	74
30	14	6	0	0	20	74
31	2	13	4	1	20	56
32	3	13	3	1	20	57
33	1	10	9	1	20	52
34	2	10	8	0	20	54
35	7	13	0	0	20	67
36	3	14	2	1	20	59
37	6	12	2	0	20	64
38	7	13	0	0	20	67
39	4	13	3	1	20	61
40	4	11	5	0	20	59
Jumlah	387	362	26	5	800	2609
Rata-rata	6,67	12,05	0,17	0,1	20	65,22

Dari tabel diatas diperoleh bahwa untuk jawaban alternatif SS responden memiliki rata-rata 6,67 untuk alternatif S rata-rata 12,05 untuk alternatif TS 0,17 dan untuk altenatif STS rata-rata 0,01.

Tabel 4.8
Jawaban Responden Sesuai Dengan
Alternatif Jawaban Variabel Y

1	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	70
2	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	68
3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	66
4	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	68
5	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	66
6	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	72
7	2	2	3	4	3	4	3	4	1	4	2	2	3	4	3	4	3	4	1	4	60
8	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	64
9	3	4	3	1	3	4	4	4	4	3	3	4	3	1	3	4	4	4	4	3	66
10	3	3	3	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	3	2	60
11	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	74
12	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	72
13	3	2	3	2	1	4	3	3	4	4	3	2	3	2	1	4	3	3	4	4	58
14	4	3	3	4	2	4	3	2	3	4	4	3	3	4	2	4	3	2	3	4	64
15	3	2	3	4	2	1	3	4	2	4	3	2	3	4	2	1	3	4	2	4	56
16	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	70
17	2	3	4	3	4	3	2	3	2	3	2	3	4	3	4	3	2	3	2	3	58
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
19	4	2	4	3	1	2	3	4	3	3	4	2	4	3	1	2	3	4	3	3	58
20	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	72
21	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	72
22	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	60
23	3	4	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	2	3	4	68
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
25	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	74
26	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	74
27	2	3	4	3	2	1	2	3	3	3	2	3	4	3	2	1	2	3	3	3	52
28	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	76
29	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	72
30	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	70
31	3	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	4	3	2	2	2	3	2	54
32	1	3	2	3	2	4	4	3	3	3	1	3	2	3	2	4	4	3	3	3	56
33	2	2	2	2	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	4	3	56
34	3	3	2	2	3	3	3	1	2	3	3	3	2	2	3	3	3	1	2	3	50
35	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	76

36	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	68
37	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	70
38	1	3	4	3	3	3	4	3	3	3	1	3	4	3	3	3	4	3	3	3	60
39	3	3	3	4	3	4	2	1	3	2	3	3	3	4	3	4	2	1	3	2	56
40	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	62
Jlh	123	130	134	131	130	134	131	132	127	132	123	130	134	131	130	134	131	132	127	132	2608

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023

Hasil perhitungan jawaban variabel Y, sesuai dengan alternatif jawaban sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Rekapitulasi Jawaban Responden Sesuai Dengan
Alternatif Jawaban Variabel Y

No.Res	Alternatif				Jumlah	Skor
	SS	S	TS	STS		
1	16	3	1	0	20	70
2	15	4	1	0	20	68
3	6	10	4	0	20	66
4	16	3	1	0	20	68
5	15	4	1	0	20	66
6	16	3	1	0	20	72
7	15	4	1	0	20	60
8	6	10	4	0	20	64
9	16	3	1	0	20	66
10	15	4	1	0	20	60
11	16	2	2	0	20	74
12	16	4	0	0	20	72
13	3	14	2	1	20	58
14	16	3	1	0	20	64
15	15	4	1	0	20	56
16	6	10	4	0	20	70

17	16	3	1	0	20	58
18	15	4	1	0	20	60
19	16	3	1	0	20	58
20	15	4	1	0	20	72
21	6	10	4	0	20	72
22	16	3	1	0	20	60
23	15	4	1	0	20	68
24	16	2	2	0	20	80
25	16	4	0	0	20	74
26	3	14	2	1	20	74
27	16	3	1	0	20	52
28	15	4	1	0	20	76
29	6	10	4	0	20	72
30	16	3	1	0	20	70
31	15	4	1	0	20	54
32	16	3	1	0	20	56
33	15	4	1	0	20	56
34	6	10	4	0	20	50
35	16	3	1	0	20	76
36	15	4	1	0	20	68
37	16	2	2	0	20	70
38	16	4	0	0	20	60
39	3	14	2	1	20	56
40	17	10	3	0	20	62
Jumlah	530	214	63	3	800	2608
Rata-rata	13,25	5,35	1,57	0,075	20	65,2

Sumber: Angket diolah oleh Peneliti 2023

Dapat diketahui dari tabel diatas diperoleh jawaban alternatif SS responden memiliki rata-rata 13,25 untuk alternatif S rata-rata 5,35 untuk alternatif TS rata-rata 1,57 dan untuk alternatif STS rata-rata 0,075.

4.4 Uji Validitas Variabel X dan Y

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji ketepatan alat pengukur, dapat mengungkapkan konsep gejala/kejadian yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan/ pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat digunakan koefisien korelasi yang nilai signifikannya lebih kecil dari 5% (*level of significance*) menunjukkan bahwa pernyataan- pernyataan tersebut sudah sah/valid sebagai pembentuk indikator. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Pernyataan	r _{tabel}	r _{hitung}	Sig	α (0,05)	Ket.
Perilaku Konsumen (X)	P1	0,312	0,496	0,000	0,05	Valid
	P2	0,312	0,484	0,000	0,05	Valid
	P3	0,312	0,435	0,000	0,05	Valid
	P4	0,312	0,457	0,000	0,05	Valid
	P5	0,312	0,375	0,000	0,05	Valid
	P6	0,312	0,566	0,000	0,05	Valid
	P7	0,312	0,445	0,000	0,05	Valid
	P8	0,312	0,354	0,000	0,05	Valid
	P9	0,312	0,533	0,000	0,05	Valid
	P10	0,312	0,434	0,000	0,05	Valid
	P11	0,312	0,411	0,000	0,05	Valid
	P12	0,312	0,500	0,000	0,05	Valid
	P13	0,312	0,344	0,000	0,05	Valid

	P14	0,312	0,500	0,000	0,05	Valid
	P15	0,312	0,439	0,000	0,05	Valid
	P16	0,312	0,507	0,000	0,05	Valid
	P17	0,312	0,528	0,000	0,05	Valid
	P18	0,312	0,513	0,000	0,05	Valid
	P19	0,312	0,441	0,000	0,05	Valid
	P20	0,312	0,521	0,000	0,05	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	P1	0,312	0,548	0,000	0,05	Valid
	P2	0,312	0,609	0,000	0,05	Valid
	P3	0,312	0,407	0,000	0,05	Valid
	P4	0,312	0,359	0,000	0,05	Valid
	P5	0,312	0,575	0,000	0,05	Valid
	P6	0,312	0,511	0,000	0,05	Valid
	P7	0,312	0,469	0,000	0,05	Valid
	P8	0,312	0,536	0,000	0,05	Valid
	P9	0,312	0,454	0,000	0,05	Valid
	P10	0,312	0,478	0,000	0,05	Valid
	P11	0,312	0,548	0,000	0,05	Valid
	P12	0,312	0,609	0,000	0,05	Valid
	P13	0,312	0,407	0,000	0,05	Valid
	P14	0,312	0,359	0,000	0,05	Valid
	P15	0,312	0,575	0,000	0,05	Valid
	P16	0,312	0,511	0,000	0,05	Valid
	P17	0,312	0,469	0,000	0,05	Valid
	P18	0,312	0,536	0,000	0,05	Valid
	P19	0,312	0,454	0,000	0,05	Valid
	P20	0,312	0,478	0,000	0,05	Valid

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel- variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki $Sig < 0,05$ dan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan indikator adalah valid untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian atau pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam penelitian dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

4.4.2 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Variabel dalam penelitian akan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan menunjukkan nilai konsisten atau stabil yang terukur secara periodik. Setelah diketahui nilai valid atau keabsahannya, selanjutnya akan diberlakukan pengujian secara reliabel tentunya hal ini dibutuhkan untuk mengetahui seberapa besar kekonsistenan instrumen dalam penelitian. Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* diatas nilai 0,60.

untuk mencari nilai reliabel, data yang sudah diproses terlebih dahulu diaplikasi Microsoft Excel, langkah selanjutnya adalah data yang didapatkan akan disubtitusikan pada program pengolah data statistik dengan aplikasi IBM SPSS versi 22. Dengan menggunakan analisis reliabilitas *Cronbach Alpha*.

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas melalui uji *cronbach alpha*.

Tabel 4.11

Hasil Uji Reabilitas Variabel X dan Y

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Perilaku Konsumen	0,797	<i>Reliabel</i>
2	Keputusan Pembelian	0,837	<i>Reliabel</i>

Sumber : Angket di olah peneliti 2023

Berdasarkan tabel 4.11 di atas bahwa hasil dari Cronbach's Alpha dari variabel perilaku kosnuemn adalah sebesar 0,797 dan keputusan pembelian sebesar 0,837. Oleh karena itu, uji realibilitas dari kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada dalam penelitian ini dan menentukan model analisis yang paling tepat digunakan, uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

4.5.1 Uji Normalitas Data

Untuk mengetahui atau memastikan apakah variabel pada penelitian ini saling berdistribusi normal, maka dilakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat residual pada skor atau total akumulasi alternatif jawaban. Hasil uji *kolmogorov-smirnov* pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		46
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	6.81684172
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,096
	<i>Positive</i>	,096
	<i>Negative</i>	-,095
<i>Test Statistic</i>		,096
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,200 ^{c,d}
a. Distribusi Tes Normal.		
b. Dihitung dari data.		

c. Koreksi Signifikansi Lilliefors
d. Ini adalah batas bawah dari arti sebenarnya.

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Berdasarkan tabel diatas hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini menunjukan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 yang mana dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal dimana asumsi dan persyaratan normalitas dalam model regresi terpenuhi.

4.5.2 Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak suatu nilai kesalahan pengganggu pada periode t korelasi yang telah didapat. Dengan korelasi kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari autokorelasi. Berikut merupakan hasil uji autokorelasi dengan metode *runs test*:

Tabel 4.13

Hasil Uji Autokorelasi dengan Metode *Runs Test*

Runs Test	
	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Test Value^a</i>	.60855
<i>Cases < Test Value</i>	20
<i>Cases >= Test Value</i>	20
<i>Total Cases</i>	40
<i>Number of Runs</i>	19
<i>Z</i>	-481
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,631
a. Median	

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

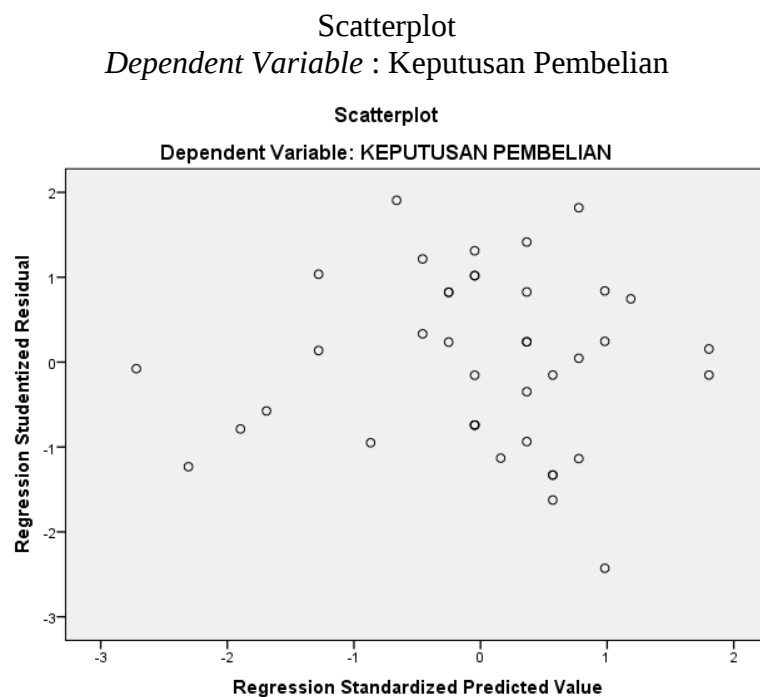
Dari tabel diatas menunjukkan bahwa *nilai Asymp. Sig* sebesar 0,631. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi, karena nilai signifikansi $>0,05$.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui atau menguji apakah dalam model regresi ada atau terjadinya ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap berarti terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskestisitas dengan grafik *Scatterplot*.

Gambar 4.1

Hasil Uji Heteroskestisitas dengan Grafik Scatterplot



Sumber: Data diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Pada gambar diatas dapat diamati bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola-pola teratur. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6 Uji Koefisien Korelasi (R)

Uji Koefisien Korelasi adalah uji untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel apabila kedua variabel

berbentuk interval atau ratio. Pengujian ini dilakukan dengan IBM SPSS versi 22.

Tabel 4.14

Correlations

		Perilaku Konsumen	Keputusan Pembelian
PERILAKU KONSUMEN	<i>Pearson Correlation</i>	1	,426**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		,000
	<i>N</i>	40	40
KEPUTUSAN PEMBELIAN	<i>Pearson Correlation</i>	,426**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,000	
	<i>N</i>	40	40
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa angka koefisien korelasi menghasilkan nilai positif, maka kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang searah atau disebut korelasi positif.

4.7 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinan adalah bentuk persentase (%) yang menyatakan besar tingginya kekuatan. Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi variabel X terhadap Y. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi dengan SPSS 22.

Tabel 4.15

Hasil Uji Model Summary

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,426 ^a	,182	,160	6.90595

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumen

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Berdasarkan tabel diatas, nilai *R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,182. Hal ini berarti nilai determinasi apabila dipersenkan berada pada nilai 18,2% yang merupakan nilai variabel perilaku konsumen yang dapat dijelaskan. Sedangkan sisanya sebesar 81,8% tidak dapat dijelaskan atau tidak termasuk dalam pembahasan ini.

4.8 Regresi Linear Sederhana

Menurut Supangat (2017:334) “regresi linear sederhana merupakan sebuah bentuk hubungan yang menyangkut variabel bebas (X) dengan Variabel tidak bebas (Y)”. Berikut adalah hasil uji regresi linear sederhana dengan SPSS 22.

Tabel 4.16
Hasil Uji ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	402.096	1	402.096	8.431	.006 ^b
	Residual	1812.304	38	47.692		
	Total	2214.400	39			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumen						

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, dapat diketahui bahwa nilai F hitung = 8.431 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel Perilaku Konsumen atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Perilaku Konsumen (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

4.9 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu pengolahan data secara statistik yang mana pengujian ini bertujuan untuk mengetahui suatu keputusan mengenai asumsi-asumsi atau dapat berupa uji kebenaran mengenai fenomena yang terjadi.

4.9.1 Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang disebabkan oleh variabel X (Perilaku Konsumen) atau variabel independen terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) atau dependent. Dengan ketentuan berikut menurut (Ghozali 2016):

1. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian pengujian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 22 berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Coefficiens

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.149	14.867		1.490	.000
	Perilaku Konsumen	.660	.227	.426	2.904	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 22.

Dengan berpedoman pada ketentuan nilai $sig < 0,05$ maka diperoleh nilai Sig. sebesar 0,000. Sehingga dengan nilai ini dapat dikatakan variabel Perilaku Konsumen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) atau nilai $Sig. 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima. Maka variabel X memiliki (ada) pengaruh terhadap variabel Y.

4.10 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti melibatkan responden baik karyawan dan konsumen di Indomaret Pattimura Mudik Kota Gunungsitoli sebanyak 40 orang dengan pengumpulan data menyebarkan angket (*kuesioner*). Data yang diperoleh melalui angket diolah dan diverifikasi untuk keabsahan data dari angket tersebut sehingga terbukti hasil pengujian validitas dan uji reliabilitas dikatakan valid dan reliabel dengan total pernyataan yaitu sebanyak 40 pernyataan yang terdiri dari 20 pernyataan untuk variabel X dan 20 pernyataan untuk variabel Y. Hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa pengaruh perilaku konsumen variabel X berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada variabel Y.

Berdasarkan hasil dari rumusan masalah bahwa tujuan penelitian ini adalah:

4.10.1 Adakah Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Mudik Kota Gunungsitoli

Dari hasil analisis penelitian yang dilaksanakan pada Indomaret Pattimura Mudik Kota Gunungsitoli, terkait adanya pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. Dapat dikemukakan bahwa berdasarkan hasil perhitungan SPSS Versi 22 pada uji koefisien determinansi terhadap variabel X dan Y didapatkan hasilnya $R^2 = 18,2\%$. Pengujian koefisien determinasi ini dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai *adjusted R – Squared* (Ghozali, 2018).

Sehingga dari tarik kesimpulan bahwa variabel X dan Y memiliki pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian dengan nilai yang ditemukan peneliti 18,2 % Sedangkan sisanya sebesar 81,8% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.10.2 Bagaimana Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Mudik Kota Gunungsitoli

Pada perhitungan hasil uji hipotesis menggunakan bantuan program komputer SPSS Versi 22, diketahui hasil dari uji t variabel X perilaku konsumen adalah 1,490 dengan tingkat signifikansi 5% di dapat t_{tabel} sebesar 0.680. Diketahui nilai $\text{Sig} = 0,000 < 0,05$. Maka sesuai dengan interpretasi: Jika nilai $\text{Sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, sebaliknya, Jika nilai $\text{Sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh perilaku konsumen secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Meiryani, (2021): a. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. b. Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Perilaku Konsumen berdampak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dikarenakan konsumen merasa puas dikuatkan dengan teori Menurut Kotler (2015: 202) Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen yaitu faktor yang berkaitan dengan pembeli, faktor yang berkaitan dengan produk, faktor yang berkaitan dengan situasi penjualan dan faktor yang berkaitan dengan situasi kultur. Sedangkan menurut Doni Juni Priansa (2017) “Keputusan Pembelian juga merupakan komitmen jangka panjang konsumen yang berwujud dalam perilaku dan sikap puas terhadap produk dengan cara mengkonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen”.

Berdasarkan hasil pengujian diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa ada pengaruh Perilaku Konsumen (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 18,2%. Hal ini dikuatkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adnan (2018)

dengan judul jurnal Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe dengan hasil penelitian Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel tersebut. Bahwa nilai *Adjusted R Square* menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dalam model ini Hasil perhitungannya adalah nilai *adjusted R square* = 0,658 atau 65.8 %. Hal ini berarti bahwa sebesar 65.8 % keputusan pembelian dapat dijelaskan atau dipengaruhi variabel perilaku sedangkan sisanya yaitu 34.2 % dipengaruhi oleh variabel – variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian melalui aplikasi SPSS versi 22 dapat diketahui sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan Uji Validitas butir item angket variabel X (Perilaku Konsumen) dan Variabel Y (Keputusan Pembelian) memiliki nilai *Sig.* < 0,05 sehingga dinyatakan valid.
2. Hasil perhitungan Uji Reabilitas *Cronbach's Alpha* dari variabel Perilaku Konsumen adalah sebesar 0,731 dan Keputusan Pembelian sebesar 0,697. Oleh karena itu, uji reliabilitas dari kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* diatas nilai 0,6.
3. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini menunjukan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 yang mana dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal dimana asumsi dan persyaratan normalitas dalam model regresi terpenuhi.
4. Perhitungan Uji Autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada atau tidak suatu nilai kesalahan pengganggu pada periode t korelasi yang telah didapat dengan korelasi kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya). Dengan hasil pengujian menggunakan *Runs Test* menunjukan bahwa nilai *Sig* sebesar 0,180 > 0,05 maka tidak terjadi gejala autokorelasi berdasarkan ketentuan yang ada.
5. Hasil Uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola-pola teratur. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Hasil uji koefisien determinasi nilai *R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,248. Hal ini berarti nilai determinasi apabila dipersenkan berada pada nilai 25% yang merupakan nilai variabel Perilaku Konsumen yang dapat dijelaskan. Sedangkan sisanya sebesar 75% tidak dapat dijelaskan atau tidak termasuk dalam pembahasan ini.
7. Selanjutnya hipotesis uji *t* pada ketentuan maka nilai *sig* < 0,05. Berdasarkan pengolahan data maka diketahui bahwa nilai signifikansi Variabel Perilaku Konsumen terhadap variabel terikat *Y* adalah 0,000 maka dengan nilai ini dapat dikatakan variabel Perilaku Konsumen (*X*) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (*Y*) atau $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak, H_a diterima. Maka variabel *X* memiliki (ada) pengaruh terhadap variabel *Y*.
8. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai *F* hitung = 14.513 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel Perilaku Konsumen atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Perilaku Konsumen (*X*) terhadap variabel Keputusan Pembelian (*Y*).
9. Sehingga hipotesis uji *t* variabel *X* terhadap variabel *Y* yang diolah dalam penelitian ini H_a diterima dan H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan variabel *X* terhadap variabel *Y*, pada Indomaret Pattimura Mudik Kota Gunungsitoli.

4.11 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman secara langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi penelitian lain. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

- a. Jumlah responden yang hanya 40 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan sesungguhnya.
- b. Objek penelitian hanya di fokuskan pada pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.
- c. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkandang tidak menunjukkan pendapat responden

yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapatan responden dalam kuesionernya.