

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskriptif Umum Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana toko, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada distro may17 dikota padang, untuk itu dibutuhkan data dengan proses penyebaran kuesioner penelitian kepada 80 orang yang berminat membeli produk dari distro may17 dikota padang. Sesuai dengan proses penyebaran kuesioner yang dilakukan diperoleh ringkasan seperti yang terlihat pada Tabel 4.1 dibawah ini :

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Distribusi Kuesioner**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase(%)</b>
Jumlah kuesioner yang disebar	80	100
Jumlah kuesioner yang kembali	80	100
Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0	0
Total kuesioner yang diolah	80	100

Sumber : *Hasil survei kuesioner, 2019*

Pada Tabel 4.1 menerangkan jumlah kuesioner yang disebar adalah sebanyak 80 kuesioner dan jumlah kuesioner yang dikembalikan sebanyak 80 kuesioner. Secara keseluruhan penyebaran 80 kuesioner berhasil dikembalikan, sehingga dapat diolah lebih lanjut. Proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang di uji melalui bantuan program SPSS 16.0. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, dapat di kelompokkan profil umum yang di

memiliki responden yang berpartisipasi di dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.2**  
**Profil Responden**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase(%)
1	<b>Jenis Kelamin</b>		
	1. Laki-laki	62	77,5
	2. Perempuan	18	22,5
2	<b>Umur</b>		
	3. 17-21 Tahun	18	22,5
	4. 22-26 Tahun	32	40,0
	5. 27-31 Tahun	18	22,5
	6. > 31 Tahun	12	15,0
3	<b>Pekerjaan</b>		
	1. Pelajar	14	17,5
	2. Mahasiswa/i	30	37,5
	3. PNS	6	7,5
	4. Pegawai Swasta	10	12,5
	5. TNI	4	5,0
	6. POLRI	4	5,0
	7. Wiraswasta	7	8,8
	8. Lainnya	5	6,3
4	<b>Pendapatan</b>		
	< Rp. 1.500.000	48	60,0
	Rp. 1.500.000,- s/d Rp. 3.000.000	16	20,0
	Rp.3.100.000,- s/d Rp5.000.000	11	13,8
	> Rp. 5.000.000	5	6,3

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.2, terlihat bahwa mayoritas responden paling banyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 62 orang (77,5%) dan sisanya adalah perempuan sebanyak 18 orang (22,5%). Dari segi usia, mayoritas responden berkisar antara 22-26 tahun yaitu sebanyak 32 orang (40,0%), diikuti usia 17-21 tahun sebanyak 18 orang (22,5%), usia 27-31 tahun sebanyak 18 orang (22,5%), dan sisanya sebanyak

12 orang (15,0%) berusia di atas 31 tahun. Berdasarkan jenis pekerjaan, mayoritas responden berstatus sebagai mahasiswa/i yaitu sebanyak 30 orang (37,5%), diikuti responden yang berprofesi sebagai pelajar sebanyak 14 orang (17,5%), pegawai swasta sebanyak 10 orang (12,5%), wiraswasta sebanyak 7 orang (8,8%), PNS sebanyak 6 orang (7,5%), lainnya sebanyak 5 orang (6,3%), TNI sebanyak 5 orang (5,0%), dan sisanya sebanyak 5 orang (5,0%) berstatus sebagai polri. Berdasarkan pendapatan mayoritas responden berpendapatan sebesar < Rp.1.500.000 sebanyak 48 orang (60,0%), diikuti responden yang berpendapatan Rp.1.500.000 s/d Rp.3.000.000 sebanyak 16 orang (20,0%), yang berpendapatan sebesar Rp.3.100.000 s/d Rp 5.000.000 sebanyak 11 orang (13,8%), dan responden yang berpendapatan > Rp.5.000.000 sebanyak 5 orang (6,3%).

## **4.2. Pengujian Instrumen Penelitian**

### **4.2.1 Uji Validitas**

Validitas merupakan suatu ukuran yang dijadikan standar yang menunjukkan ketepatan dalam mengukur yang seharusnya diukur. Kuesioner merupakan alat yang digunakan dalam mengumpulkan informasi dan data yang mana diperlukannya sebuah pengujian terhadap instrumen tersebut. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Teknik analisis faktor yang digunakan untuk uji validitas adalah *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Validitas korelasi antar variabel dalam mengukur suatu konsep dilakukan dengan melihat uji *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO-MSA)*. Dengan alat uji KMO ini, dikatakan valid apabila nilainya > 0,50, memiliki tingkat signifikansi

dibawah 0,05 dan memiliki *factor loading* dengan standar nilai  $\geq 0,40$  (Ghozali, 2012).

#### 4.2.1.1 Pengujian Variabel Minat Beli (Y)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel minat beli seperti yang terlihat pada Tabel 4.3 berikut ini :

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)**

No.	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1.	M1	0,746	0,618	Valid
2.	M2		0,499	Valid
3.	M3		0,800	Valid
4.	M4		0,832	Valid
5	M5		0,675	Valid

Sumber : lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure Of Sampling Adequency* (KMO–MSA) dari variabel minat beli sebesar 0,746 lebih besar dari 0,50 hal ini memberikan arti bahwa secara keseluruhan item-item dari variabel minat beli tersebut valid untuk diuji, dimana dari 5 butir item pernyataan untuk variabel minat beli dinyatakan valid karena memiliki *factor loading*  $> 0,40$ . Dimana item kuesioner minat beli yang valid dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

#### 4.2.1.2 Pengujian Variabel Suasana Toko (X1)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel suasana toko seperti yang terlihat pada Tabel 4.4 berikut ini:

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Validitas Suasana Toko (X1)**

No.	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1.	ST1	0,766	0,622	Valid
2.	ST2		0,678	Valid
3.	ST3		0,606	Valid
4.	ST4		0,506	Valid
5.	ST5		0,478	Valid
6.	ST6		0,292	Tidak Valid
7.	ST7		0,507	Valid
8.	ST8		0,719	Valid
9.	ST9		0,446	Valid
10.	ST10		0,723	Valid
11.	ST11		0,631	Valid
12.	ST12		0,468	Valid
13.	ST13		0,626	Valid
14.	ST14		0,459	Valid
15.	ST15		0,433	Valid

*Sumber : lampiran 4*

Berdasarkan tabel 4.4 diperoleh nilai Kaiser Meyer Olkin Measure Of Sampling Adequacy (KMO – MSA) dari variabel suasana toko sebesar 0,766 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item item pernyataan suasana toko valid untuk diuji dan dari 15 item pernyataan variabel suasana toko dinyatakan item pernyataan suasana toko yang keenam tidak valid karena memiliki factor loading lebih kecil dari 0,40. Oleh sebab itu dilakukan uji validitas untuk suasana toko tahap ke dua.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Suasana Toko (X1)**

No.	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1.	ST1	0,767	0,627	Valid
2.	ST2		0,677	Valid
3.	ST3		0,608	Valid
4.	ST4		0,500	Valid
5.	ST5		0,470	Valid
7.	ST7		0,503	Valid
6.	ST8		0,735	Valid
8.	ST9		0,448	Valid
9.	ST10		0,729	Valid
10.	ST11		0,624	Valid
11.	ST12		0,470	Valid
12.	ST13		0,619	Valid
13.	ST14		0,455	Valid
14.	ST15		0,434	Valid

Sumber : lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.5, dimana setelah dilakukan uji validitas yang kedua diperoleh nilai Kaiser Meyer Olkin Measure Of Sampling Adequacy (KMO – MSA) dari variabel suasana toko sebesar 0,767 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item item pernyataan suasana toko sudah valid. Dimana item kuesioner suasana toko yang valid dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

#### 4.2.1.3 Pengujian Variabel Citra Merek (X2)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel citra merek seperti yang terlihat pada tabel 4.6 berikut ini :

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)**

No.	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1.	CM1	0,670	0,715	Valid
2.	CM2		0,594	Valid
3.	CM3		0,703	Valid

Sumber : lampiran 4

Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure Of Sampling Adequacy* (KMO–MSA) dari variabel citra merek sebesar 0,670 lebih besar dari 0,50 hal ini memberikan arti bahwa secara keseluruhan item-item dari variabel citra merek tersebut valid untuk diuji, dimana dari 3 butir item pernyataan untuk variabel citra merek dinyatakan valid karena memiliki *factor loading* > 0,40. Dimana item kuesioner citra merek yang valid dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

#### 4.2.1.3 Pengujian Variabel Kualitas Produk (X2)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh deskripsi data mengenai uji validitas variabel kualitas produk seperti yang terlihat pada Tabel 4.7 berikut ini:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)**

No.	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1.	KP1	0,603	0,814	Valid
2.	KP2		0,225	Tidak Valid
3.	KP3		0,449	Valid
4.	KP4		0,991	Valid

*Sumber : lampiran 4*

Berdasarkan Tabel 4.7, diperoleh nilai Kaiser Meyer Olkin Measure Of Sampling Adequacy (KMO – MSA) dari variabel kualitas produk sebesar 0,603 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item item pernyataan kualitas produk valid untuk diuji dan dari 4 item pernyataan variabel kualitas produk, item pernyataan nomor 2 dinyatakan tidak valid karena nilai faktor loadingnya kecil dari 0,40. Oleh sebab itu dilakukannya uji validitas tahap ke dua untuk variabel kualitas produk.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)**

No.	Kode Item	KMO – MSA	Faktor Loading	Keterangan
1.	KP1	0,587	0,829	Valid
2.	KP3		0,432	Valid
3.	KP4		0,988	Valid

*Sumber : lampiran 4*

Berdasarkan Tabel 4.8, dimana setelah dilakukan uji validitas yang kedua diperoleh nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure Of Sampling Adequacy* (KMO – MSA) dari variabel kualitas produk sebesar 0,587 lebih besar dari 0,5 ini memberikan arti bahwa keseluruhan dari item item pernyataan kualitas produk sudah valid. Dimana item kuesioner kualitas produk yang valid dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana jawaban dari responden dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda (konsisten) bila dilakukan pengukuran ulang terhadap subjek yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Cronbach's Alpha*. Instrumen yang handal (*reliable*) apabila memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.60 (Sugiyono, 2012). Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cut Off</i>	Keterangan
1	Minat Beli (Y)	0,812	0,60	Handal
2	Suasana Toko (X1)	0,867	0,60	Handal
3	Citra Merek (X2)	0,708	0,60	Handal
4	Kualitas Produk (X3)	0,783	0,60	Handal

*Sumber: Lampiran 4*

Berdasarkan tabel 4.9 merupakan hasil uji reliabilitas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian yaitu minat beli, suasana toko, citra merek dan kualitas produk adalah reliabel atau handal. Dengan kata lain semua instrumen pernyataan yang digunakan memiliki kestabilan dan konsistensi dalam mengukur masing-masing variabel penelitian, sehingga semua variabel yang digunakan dalam penelitian dapat terus digunakan kedalam tahapan pengolahan data selanjutnya.

### 4.3 Analisa Deskriptif

Penelitian deskripsi variabel diukur dengan menggunakan distribusi frekuensi jawaban responden pada setiap item pernyataan dengan melalui perhitungan tingkat capaian responden (TCR).

#### 4.3.1 Minat beli (Y)

Hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan ada 5 item yang digunakan untuk mengukur variabel minat beli. Analisis deskriptif tentang rata-rata dan TCR variabel minat beli dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

**Tabel 4.10**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli (Y)**

No	Pernyataan	Rata-rata	TCR (%)	Kategori
1	Sebelum membeli produk di distro May17 saya mencari informasi terlebih dahulu	4.11	82,2	Minat
2	Saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum membeli produk di distro May17	3.96	79,2	Cukup Minat

3	Saya memiliki keinginan untuk mengetahui produk dari distro May17	4.10	82	Minat
4	Saya tertarik untuk mencoba produk yang ada di distro May17	3.95	79	Cukup Minat
5	Saya memiliki keinginan untuk memiliki produk yang ditawarkan distro May17	3.99	79,8	Cukup Minat
<b>Total rata-rata</b>		<b>4,02</b>	<b>80,4</b>	<b>Minat</b>

*Sumber: Lampiran 5*

Berdasarkan data pada tabel 4.10 diatas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel minat beli adalah sebesar 4.02 dengan TCR sebesar 80,4. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat beli masuk ke dalam kategori baik atau minat. Dimana tingkat capaian responden paling tinggi terdapat pada item indikator pertama dengan tingkat capaian responden sebesar 82,2% dengan skor rata-rata 4,11 termasuk dalam kategori baik atau minat, dengan item pernyataan “Sebelum membeli produk di distro May17 saya mencari informasi terlebih dahulu”.

Pada tabel tersebut juga diperoleh informasi bahwa pada item indikator keempat yang paling rendah dengan tingkat capaian responden yaitu sebesar 79% dan skor rata-rata 3,95 termasuk dalam kategori cukup baik atau minat, dengan item pernyataan “Saya tertarik untuk mencoba produk yang ada di distro May17”.

#### **4.3.2 Suasana Toko (X1)**

Hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan ada 14 item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel suasana toko. Berikut akan diuraikan pada tabel 4.11 rata-rata dan TCR terhadap 14 item pernyataan tersebut:

**Tabel 4.11**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Suasana Toko (X1)**

No	Pernyataan	Rata – rata	TCR%	Kategori
1	Saya merasa bagian depan distro May17 menarik	3,85	77	Cukup Baik
2	Pintu masuk pada distro May17 luas sehingga memudahkan akses masuk	3,95	79	Cukup Baik
3	Distro May17 memiliki fasilitas parkir yang aman	3,89	77,8	Cukup Baik
4	Tinggi dan luas bangunan distro May17 sesuai dengan dekorasi yang ditampilkan	3,99	79,8	Cukup Baik
5	Distro May17 memiliki warna dinding dan lantai toko yang menarik	3,96	79,2	Cukup Baik
7	Pegawai distro May17 melayani dengan baik	3,97	79,4	Cukup Baik
8	kebersihan di dalam distro May17 terjaga	3,75	75	Cukup Baik
9	Penataan produk di distro May17 tertata rapi	4,04	80,8	Baik
10	Susunan produk distro May17 sesuai dengan kategori produk	3,88	77,6	Cukup Baik
11	Jarak antar display produk yang cukup untuk mendukung kelancaran arus lalu lintas di dalam distro	3,99	79,8	Cukup Baik
12	Pengaturan gang dan alokasi produk yang baik	4,06	81,2	Baik
13	Penataan rak produk tersusun dengan rapi	4,00	80	Baik
14	Pemasangan tanda produk diskon terlihat dengan jelas	4,01	80,2	Baik
15	Poster dan tampilan produk menarik perhatian	4,01	80,2	Baik
	<b>Total rata-rata</b>	<b>3,95</b>	<b>79</b>	<b>Cukup Baik</b>

Sumber : lampiran 5

Berdasarkan data pada tabel 4.11 diatas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel suasana toko adalah sebesar 3,95 dengan TCR sebesar 79% . Hal ini menunjukkan bahwa variabel suasana toko distro may17 masuk ke dalam kategori Cukup Baik. Dimana tingkat capaian responden paling tinggi terdapat pada item indikator ke 12 dengan tingkat capaian responden sebesar 81,2% dengan skor rata-rata 4,06 termasuk dalam kategori baik, dengan item pernyataan “Pengaturan gang dan alokasi produk yang baik”.

Pada tabel tersebut juga diperoleh informasi bahwa pada item indikator ke 8 yang paling rendah dengan tingkat capaian responden yaitu sebesar 75% dan skor rata-rata 3,75 termasuk dalam kategori cukup baik, dengan item pernyataan “kebersihan di dalam distro May17 terjaga”.

#### 4.3.3 Citra Merek (X2)

Hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan ada 3 item yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek. Berikut akan diuraikan rata-rata dan TCR terhadap 3 item pernyataan tersebut:

**Tabel 4.12**  
**Distribusi Frekuensi Citra Merek (X2)**

No	Pernyataan	Rata – rata	TCR%	Kategori
1	Distro May17 memiliki citra yang baik di banding distro lainnya	3,89	77,8	Cukup Baik
2	Produk yang ada distro May17 merupakan produk yang berkualitas	3,72	74,4	Cukup Baik
3	Saya merasa bangga saat menggunakan produk distro May17	3,66	73,2	Cukup Baik
	<b>Total rata – rata</b>	<b>3,75</b>	<b>75</b>	<b>Cukup Baik</b>

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan data pada tabel 4.12 diatas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel citra merek adalah sebesar 3,75 dengan TCR sebesar 75% . Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek distro may17 masuk ke dalam kategori Cukup Baik. Dimana tingkat capaian responden paling tinggi terdapat pada item indikator pertama dengan tingkat capaian responden sebesar 77,8% dengan skor rata-rata 3,89 termasuk dalam kategori cukup baik, dengan item pernyataan “Distro May17 memiliki citra yang baik di banding distro lainnya”.

Pada tabel tersebut juga diperoleh informasi bahwa pada item indikator ketiga yang paling rendah dengan tingkat capaian responden yaitu sebesar 73,2% dan skor rata-rata 3,66 termasuk dalam kategori cukup baik, dengan item pernyataan “Saya merasa bangga saat menggunakan produk distro May17”.

#### 4.3.4 Kualitas Produk (X3)

Hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan ada 3 item yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk. Berikut akan diuraikan rata-rata dan TCR terhadap 3 item pernyataan tersebut:

**Tabel 4.13**  
**Distribusi Frekuensi Kualitas Produk (X3)**

No	Pernyataan	Rata – rata	TCR%	Kategori
1	Produk distro May17 terasa nyaman saat digunakan	3,83	76,6	Cukup Baik
2	Produk distro May17 memiliki keindahan tersendiri saat digunakan	3,89	77,8	Cukup Baik
3	Kualitas produk distro May17 sesuai dengan yang di harapkan	3,83	76,6	Cukup Baik
	<b>Total rata – rata</b>	<b>3,85</b>	<b>77</b>	<b>Cukup Baik</b>

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan data pada tabel 4.13 diatas terlihat bahwa skor rata-rata untuk variabel kualitas produk adalah sebesar 3,75 dengan TCR sebesar 75% . Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk distro may17 masuk ke dalam kategori Cukup Baik. Dimana tingkat capaian responden paling tinggi terdapat pada item indikator kedua dengan tingkat capaian responden sebesar 77,8% dengan skor rata-rata 3,89 termasuk dalam kategori cukup baik, dengan item pernyataan “Produk distro May17 memiliki keindahan tersendiri saat digunakan”.

Pada tabel tersebut juga diperoleh informasi bahwa pada item indikator pertama dan ketiga yang paling rendah dengan tingkat capaian responden yang sama yaitu sebesar 76,6% dan skor rata-rata 3,83 termasuk dalam kategori cukup baik, dengan item pernyataan pertama yaitu “Produk distro May17 terasa nyaman saat digunakan”, dan item pernyataan ketiga yaitu “Kualitas produk distro May17 sesuai dengan yang di harapkan”.

#### **4.4 Uji Asumsi Klasik**

##### **4.4.1 Uji Normalitas**

Untuk melakukan uji normalitas digunakan Uji *Kolmogorov Smirnov* (KS) dimana nilai signifikan variabel penelitian lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengganggu atau residual terdistribusi secara normal (Ghozali, 2012). Hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* (KS) dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	<i>Asymp sig</i>	<i>Alpha</i>	Kesimpulan
	<i>(2-tailed)</i>		
Minat beli	0.084	0,05	Normal
Suasana Toko	0.047	0,05	Tidak Normal
Citra Merek	0.012	0,05	Tidak Normal
Kualitas Produk	0.000	0,05	Tidak Normal

*Sumber: Lampiran 6*

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, dapat dilihat bahwa hanya variabel minat beli yang memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05, dan bisa dikatakan normal. Untuk variabel suasana toko, citra merek dan kualitas produk ketiga variabel tidak normal karena memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat di simpulkan untuk variabel yang tidak normal harus di normalkan terlebih dahulu.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Normalitas Setelah Data Dinormalkan**

<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
0,607	Normal

*Sumber: Lampiran 6*

Dari tabel di atas setelah di normalkan variabel suasana toko, citra merek, dan kualitas produk memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 dengan demikian dapat di simpulkan bahwa variabel pengganggu atau residual dalam setiap variabel terdistribusi secara normal.

#### 4.4.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi antara sesama variabel bebas. Cara menentukan ada atau tidaknya multikoloniaritas di dalam model regresi digunakan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut-off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikoloniaritas adalah nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10 (Ghozali, 2012). Adapun hasil uji multikoloniaritas data hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut.

**Tabel 4.16**  
**Uji Multikolonieritas**

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
<i>Suasana Toko</i>	.600	1.668	Tidak terjadi multikolonieritas
<i>Citra Merek</i>	.598	1.672	Tidak terjadi multikolonieritas
<i>Kualitas Produk</i>	.993	1.007	Tidak terjadi multikolonieritas

*Sumber : Lampiran 6*

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, variabel bebas dari penelitian ini dinyatakan bebas dari multikolonieritas. Hal ini terbukti dengan didapatkannya nilai *tolerence* untuk semua variabel bebas lebih besar dari 0,10. Begitu juga dengan nilai VIF (*variance inflation factor*), tidak satupun dari variabel bebas memiliki nilai VIF diatas 1,0.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu persamaan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser ini dilakukan dengan cara meregres variabel bebas terhadap nilai residualnya yang telah unstandardized. Bila nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 maka berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas (Ghozali 2012). Adapun hasil uji Glejser data hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut ini:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

No	Variabel	Signifikan	Keterangan
1	Suasana Toko	0.084	Tidak terjadi heteroskedastisitas
2	Citra Merek	0.402	Tidak terjadi heteroskedastisitas
3	Kualitas Produk	0.446	Tidak terjadi heteroskedastisitas

*Sumber : Lampiran 6*

Berdasarkan analisis data untuk uji heteroskedastisitas sebagaimana yang terlihat pada tabel 4.16 diatas dapat dilihat nilai signifikansi dari variabel Suasana Toko (X1) sebesar 0,084, variabel Citra Merek (X2) sebesar 0,402 dan variabel Kualitas Produk (X3) sebesar 0,446. Dengan kata lain bahwa semua variabel memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi adalah baik atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.5 Analisa Regresi Linear Berganda

Uji ini untuk melihat pengaruh suasana toko, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada distro may17 dikota padang, maka digunakan model regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS versi 16.0 dapat dilihat rangkuman hasil empiris penelitian seperti yang terlihat pada tabel 4.18 berikut ini :

**Tabel 4.18**  
**Hasil Analisa Regresi Linier Berganda**

Variabel Terikat	Konstanta dan Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikan	$\alpha$	Keputusan Hipotesis
Minat Beli (Y)	konstanta	1,430			
	Suasana Toko (X1)	0,023	0,788	0,05	H <sub>1</sub> Ditolak
	Citra Merek (X2)	0,300	0,008	0,05	H <sub>2</sub> Diterima
	Kualitas Produk (X3)	0,341	0,012	0,05	H <sub>3</sub> Diterima

Sumber:Lampiran 7

Berdasarkan tabel 4.18 dapat dibuat persamaan regresi persamaan antara variabel bebas terhadap variabel terikat yang memperlihatkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat seperti dibawah ini :

$$Y = 1,430 + 0,023 X_1 + 0,300 X_2 + 0,341 X_3 + e$$

Dari tabel 4.22 dapat di artikan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 1,430 menyatakan bahwa jika tidak ada suasana toko, citra merek serta kualitas produk maka minat beli konsumen distro may17 dikota padang sebesar nilai konstanta yang dihasilkan yaitu 1,430. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko, citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada distro may17 dikota padang.
2. Selanjutnya pada model regresi di atas dapat dilihat nilai regresi suasana toko yang bernilai positif sebesar 0,023. hal ini membuktikan bahwa semakin baik suasana toko atau bagusnya suasana toko maka belum tentu semakin berminat konsumen untuk berbelanja di distro may17.
3. Dalam persamaan regresi linear diatas dapat dilihat nilai regresi citra merek bernilai positif sebesar 0,300 hal ini membuktikan bahwa semakin baik citra merek maka semakin tinggi minat konsumen untuk berbelanja di distro may17 dikota padang.
4. Persamaan regresi linear diatas dapat dilihat nilai regresi kualitas produk bernilai positif sebesar 0,341 hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi minat konsumen untuk berbelanja di distro may17 dikota padang.

#### **4.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji ini dilakukan untuk melihat beberapa proporsi variansi dari variabel independen bisa menjelaskan variabel dependen (Ghozali 2012). Selanjutnya dari hasil pengolahan data (data primer) yang dapat dilihat pada tabel 4.19 diperoleh hasil penelitian bahwa:

**Tabel 4.19**  
**Hasil Pengujian Untuk Uji Koefisien Determinasi (R Square)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,580 <sup>a</sup>	0,336	0,310	0,47585

*Sumber: Lampiran 7*

Dari hasil pengolahan data (data primer) yang dapat dilihat pada tabel 4.19 diperoleh hasil penelitian bahwa R square adalah sebesar 0,336 hal ini berarti 33,6% minat beli konsumen distro may17 yang dapat dijelaskan oleh suasana toko, citra merek dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 66,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.7 Uji F

Uji F adalah bagian uji statistik yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Pada tabel Anova dapat dilihat pengaruh suasana toko, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang secara simultan atau bersama-sama. Dimana setelah dilakukan penganalisaan dengan SPSS hasil dapat dilihat pada tabel 4.20 sebagai berikut :

**Tabel 4.20**  
**Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Uji Simultan dengan F- Test**

F – Hitung	Probabilitas Keterangan	
12,823	0,000	Signifikan

*Sumber: Lampiran 7*

Uji signifikansi simultan atau bersama-sama (uji statistik F) menghasilkan nilai F hitung sebesar 12,823 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena probabilitasnya signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa suasana toko,citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang.

#### 4.8 Hasil Uji T-tes Statistik

Uji statistik T pada dasarnya digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dimana pada penelitian ini untuk melihat pengaruh lokasi dan harga terhadap bahwa suasana toko,citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji-t). Dalam pengujian hipotesis, diasumsikan bahwa tingkat signifikan hipotesis alternatif yang diterima adalah kurang dari alpha 0,05. Untuk melakukan uji hipotesis secara parsial, dapat dilihat dari hasil regresi yang disajikan disajikan pada tabel 4.21 diperoleh hasil penelitian bahwa :

**Tabel 4.21**  
**Hasil Pengujian Hipotesis Untuk Parsial dengan T- Test**

No	Variabel	Signifikan	Keterangan
1	Suasana Toko	0,788	Tidak Signifikan
2	Citra Merek	0,008	Signifikan
3	Kualitas Produk	0,012	Signifikan

Sumber:Lampiran 7

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama untuk variabel suasana toko terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang, dengan nilai signifikansi untuk suasana toko diperoleh sebesar 0,788 berarti nilai signifikansi lebih besar dari alpha 0,05. Berdasarkan analisis diatas disimpulkan bahwa suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang, sehingga hipotesis 1 ditolak.

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua untuk variabel citra merek terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang, dengan nilai signifikansi untuk harga diperoleh sebesar 0,008 berarti nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 0,05. Berdasarkan analisis diatas disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang, sehingga hipotesis 2 diterima.

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga untuk variabel kualitas produk terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang, dengan nilai signifikansi untuk kualitas produk diperoleh sebesar 0,012 berarti nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 0,05. Berdasarkan analisis diatas disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang, sehingga hipotesis 3 diterima.

## **4.9 Pembahasan**

### **4.9.1. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Minat beli konsumen**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini, diketahui bahwa suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang. Hasil tersebut mengartikan bahwa konsumen tidak terlalu tertarik pada suasana toko yang di tampilkan oleh distro may17, dikarenakan para konsumen lebih mementingkan citra merek dan kualitas produk dari pada suasana toko distro may17. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin baik atau bagusnya suasana toko yang ditampilkan maka belum tentu semakin berminat konsumen untuk berbelanja di distro may17. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang dinyatakan ditolak

Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh ( Rakhmawati & Trenggana, 2018) dimana suasana toko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, tetapi penelitian ini bertolak belakang atau tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian tersebut antara lain oleh (Paila & Dkk, 2018); (Rizki & Wardhana, 2016); dan (Ramadhan & Suhadi, 2016) yang membuktikan bahwa variabel suasana toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

### **4.9.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini, diketahui bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang. Hasil ini mengartikan bahwa citra merek dari distro ma17 mendorong

minat konsumen untuk melakukan pembelian, dikarenakan distro may17 memiliki citra merek yg baik dan terkenal pada kalangan muda pecinta *fashion* dikota padang. Hal ini membuktikan semakin baik citra merek maka semakin tinggi minat beli konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang dinyatakan diterima.

Hasil dari penelitian konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hakim, 2017) yang menemukan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan hasil penelitian (randi, 2016) yang menemukan bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Satria dan Sidharta, 2017) yang menemukan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

#### **4.9.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian ini, diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang. Hasil ini mengartikan bahwa kualitas porduk yang baik atau bagus dari distro may17 mempengaruhi minat beli konsumen dalam melakukan pembelian, dikarenakan produk yang ditawarkan oleh distro may17 memiliki kualitas yang baik dan dapat di andalkan. Hal ini membuktikan semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi minat beli konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis

ketiga yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen distro may17 dikota padang dinyatakan diterima.

Hasil dari penelitian konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Satria, 2017) yang menemukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan hasil penelitian (Retnowulan, 2017) yang menemukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Utami, 2017) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.