

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Hasil Penelitian

1.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

1.1.1.1. Gambaran Umum Lottemart Wholesale Medan

Perusahaan pertama Lotte didirikan di Tokyo, Jepang pada Juni 1948 oleh pengusaha Jepang Shin Hyuk-Ho keturunan Korea. Bisnisnya dimulai dengan produksi dan penjualan permen, dan kemudian berbagai jenis produk makanan lainnya. PT. Lotte mengembangkan bisnisnya di berbagai bidang termasuk manufaktur permen, makanan cepat saji, minuman, perhotelan, jasa keuangan, ritel, IT, Konstruksi, dan hiburan.

PT. Lotte Shopping merupakan perusahaan terbesar kelima dan memiliki pengalaman yang luas dalam mengoperasikan dunia retail, sehingga impian manajemen Lotte Group adalah menjadikan Lottemart Wholesale sebagai perusahaan retail pertama terbesar di Asia. Lotte membeli seluruh saham dan mengambil alih staf PT. Makro Indonesia, kantor pusat PT. Lotte Shopping Indonesia di Jakarta Timur.

Medan, 15 Juli 2010 didirikanlah Lottemart Wholesale Medan yang berada di Lotte Mart Wholesale Medan, atau yang lebih dikenal sebagai Lotte Mart yang berada di Jl. Gatot Subroto KM 7, RW.8, Lalang, Kec. Medan Sunggal.

1.1.1.2 Visi , Misi dan Motto Lottemart Wholesale Medan

Visi dan misi Lotte Wholesale Medan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Visi Lottemart Wholesale Medan

Komitmen terbaik untuk melayani pelanggan.

2. Misi Lottemart Wholesale Medan

Memenuhi kebutuhan mitra bisnis dengan menyediakan produk berkualitas dengan harga bersaing. Sehingga mereka dapat membantu, melayani dan mengembangkan para pemilik usaha kecil dan menengah di Indonesia.

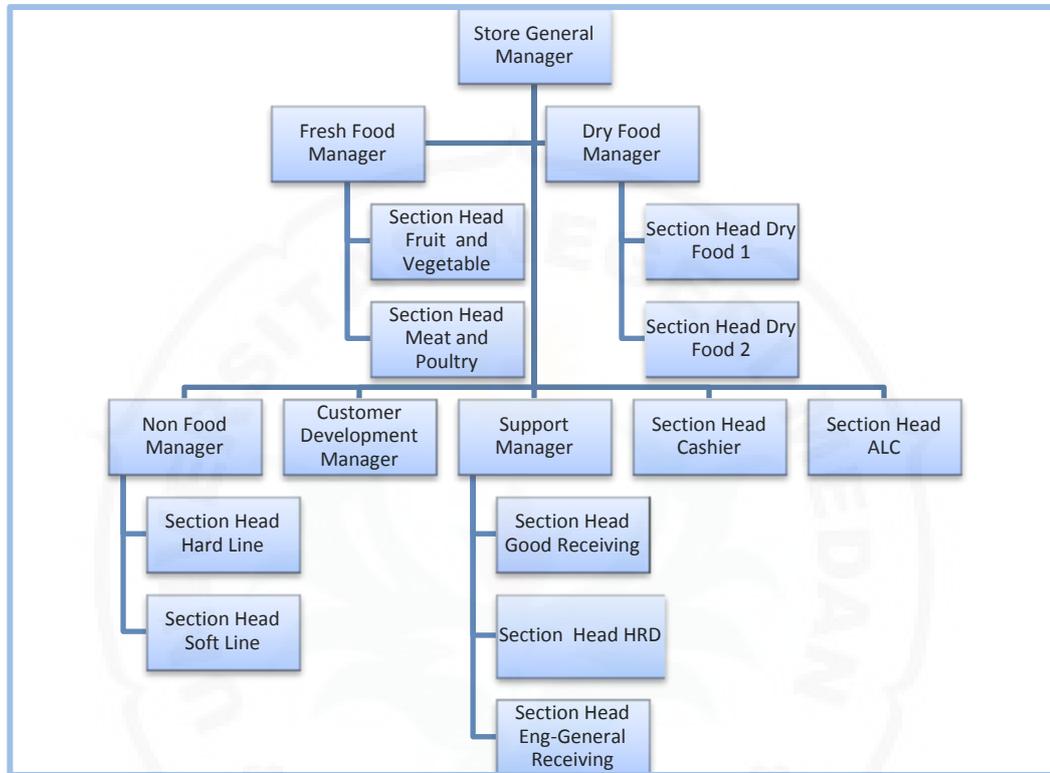
3. Moto Lottemart Wholesale Medan

Motto PT Lotte adalah Smile to Help. Di mana memberi pelanggan senyum yang indah, sapaan yang ramah, bantuan yang tulus.

4.1.1.3 Struktur Organisasi Lottemart Wholesale Medan

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi adalah kerangka kerja untuk mencapai tujuan perusahaan dan menunjukkan hubungan kerjasama anggota suatu organisasi untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi menggambarkan fungsi, tanggung jawab dan wewenang para anggota organisasi. Tujuan dari struktur organisasi adalah untuk menghindari atau mengurangi kekacauan dalam pelaksanaan tugas. Struktur organisasi Lottemart Wholesale Medan merupakan bentuk hubungan fungsional dimana pimpinan tertinggi adalah

manajer toko, dan tenaga kerja dibagi sesuai dengan fungsi pekerjaannya.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Lottemart Wholesale Medan

Sumber : Lottemart Wholesale Medan, 2021

Adapun pembagian tugas serta tanggung jawab dari gambar 4.1 Struktur Organisasi Lottemart Wholesale Medan adalah sebagai berikut :

1. *Store General Manager*

Store General Manager bertanggung jawab mulai dari perencanaan hingga pengelolaan dengan tujuan memperoleh profitabilitas. Adapun tugas-tugas *Store General Manager* sebagai berikut:

- a. Lebih fokus pada kegiatan operasional
- b. Membuat strategi pengelolaan *team*

- c. Mengontrol tugas dan tanggung jawab masing-masing divisi manager
- d. Mencapai *sales target*

2. *Fresh Food Manager*

Divisi *Fresh Food* bertanggung jawab merencanakan, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan semua kegiatan yang berkaitan dengan penjualan produk *Fresh Food* berupa daging, sayuran, buah, ikan dan lainnya, serta memiliki tugas sebagai berikut:

- a. Mendisplay *fresh food*
- b. Memeriksa, mengawasi, dan meninjau koreksi stok harian.
- b. Mengecek harga *fresh food* dan memantau harga pesaing
- c. Mengecek kadaluarsa *fresh food*
- e. Menjaga ketersediaan barang
- f. Merencanakan kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan
- g. . Melakukan kontrol kualitas *fresh food*

3. *Devisi Dry Food*

Divisi *Dry Food* bertanggung jawab untuk membantu kepala seksi dalam mengelola bagian, dengan tujuan mencapai penjualan maksimum, mengendalikan tingkat persediaan, meminimalkan penyusutan dan kehilangan operasi. Dengan tugas:

- a. Membuat proposal permintaan untuk bahan baku dan memastikan tingkat layanan saham sesuai dengan standar.
- b. Memastikan pengiriman sesuai waktu oleh pemasok
- c. Mengatur stok secara berkala.

d. Bekerja dengan kepala bagian pada tata letak/planogram/ruang alokasi.

4. Divisi *non-food*

Divisi *Non-Food* bertanggung jawab mengatur kelancaran operasi dan produktivitas untuk mencapai tujuan penjualan departemen Adapun tugas-tugas lainnya divisi *Non-Food*:

- a. Memuat barang *non food*
- b. Mengecek harga barang *non food* dan memantau harga pesaing
- c. Memastikan ketersediaan barang
- d. Melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan *non food*
- e. Memeriksa, mengawasi, dan meninjau koreksi stok harian.

5. Divisi Customer Development Management

Divisi ini bertanggungjawab untuk memastikan bahwa kualitas pelayanan yang disajikan perusahaan mampu memuaskan pelanggan, mempunyai tugas :

- a. Mendapatkan, melayani customer baru dan mempertahankan customer yang telah ada
- b. Paging (panggilan) untuk karyawan, pengunjung dan promosi produk Lottemart Wholesale Medan
- c. Mengeluarkan nota retur untuk penukaran barang
- d. Melayani penitipan barang
- e. Menangani komplain atau pertanyaan dari konsumen

6. Divisi Support Management, Support management merupakan divisi yang mendukung dan menunjang semua kegiatan operasional perusahaan.

- a. Good Receiving bertugas menerima barang yang dikirim dari supplier, mengecek barang sebelum dan sesudah masuk gudang, mengecek surat jalan dari supplier
 - b. Human Resource Development bertugas ,melakukan perekrutan karyawan, menggaji karyawan serta melayani hak dan kebutuhan karyawan, mengadakan pelatihan serta mengawasi kewajiban karyawan.
 - c. Engineering General Affair bertanggung jawab atas asset perusahaan
7. Cashier, bertanggung jawab untuk transaksi tunai insidental dengan pelaksanaan operasi toko. Adapun tugas lainnya kasir:
- a. Untuk mencegah penyusutan karena pencurian, kerusakan dan kesalahan.
 - b. Untuk menyediakan layanan checkout akurat dan cepat.
 - c. Menghitung harga total, jumlah uang, mengembalikan perubahan dan masalah penerimaan untuk pembelian.
 - d. Memastikan keseimbangan harian yang akurat/rekonsiliasi dan menjaga catatan yang tepat dari pergerakan kas
8. Administration Logistic Center, bertugas dan bertanggung jawab dalam memastikan dan mengendalikan kebutuhan administrasi umum melalui monitoring efisiensi operasi atas perangkat keras komputer serta kebutuhan sarana prasarana yang digunakan oleh toko, mengatur/mengawasi dana kas kecil serta ketepatan pembukuannya, memastikan kecepatan dan keakuratan laporan.

1.1.2 Identifikasi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan dari Lottemart Wholesale Medan. Penulis mendeskripsikan gambaran responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan.

4.1.2.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang telah diolah, maka berikut merupakan hasil jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-Laki	32	32%
2	Perempuan	68	86%
	Total	100	100%

Sumber : Kuesioner yang diolah, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa *customer* atau pelanggan Lottemart Wholesale Medan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 68 orang (68%), dan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang (32%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *customer* atau pelanggan Lottemart Wholesale Medan dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan. Jenis kelamin menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam perilaku pembelian konsumen karena terdapat perbedaan kebutuhan dan keinginan antara laki-laki dan perempuan.

4.1.2.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang telah diolah, maka berikut merupakan hasil jumlah responden berdasarkan usia.

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentasi (%)
1	< 18 tahun	3	3%
2	18 – 30 tahun	28	28%
3	30 – 50 tahun	49	49%
4	> 50 tahun	20	20%
	Total	100	100%

Sumber : Kuesioner yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini yang memiliki usia < 18 tahun berjumlah 3 orang (3%), responden dalam penelitian ini yang memiliki rentang usia mulai 18 tahun hingga 30 tahun sebanyak 28 orang (28%), jumlah responden yang berusia 30 tahun hingga 50 tahun sebanyak 49 orang (49%), dan jumlah responden dalam penelitian yang memiliki usia lebih dari 50 tahun sebanyak 20 orang (20%). Dapat disimpulkan bahwa usia dominan *customer* atau pelanggan Lottemart Wholesale Medan adalah usia produktif sekitar 30 – 50 tahun.

4.1.2.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada penelitian ini responden digolongkan menjadi beberapa jenis pekerjaan, yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	PNS	18	18%
2	Wiraswasta	38	38%
3	Pelajar/Mahasiswa	11	11%
4	Lain-lain	33	33%
	Total	100	100%

Sumber : Kuesioner yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa pelanggan Lottemart Wholesale Medan didominasi oleh wiraswasta sebanyak 38 orang (38%) hal ini disebabkan karna sebagian besar pelanggan yang berbelanja adalah seorang agen, pengecer atau mereka yang memiliki usaha dibidang HOREKA (hotel, restaurant dan catering, diikuti lain-lain yaitu pelanggan yang berprofesi ibu rumah tangga, dokter, pedagang dan lainnya sebanyak 33 orang (33%), pelanggan sebagai PNS sebanyak 18 orang (18%), dan pelanggan sebagai pelajar maupun mahasiswa sebanyak 11 orang (11%). Profesi yang dimiliki pelanggan menunjukkan bahwa para pelanggan sudah bekerja dan mempunyai penghasilan sehingga dapat melakukan pembelian secara berkala.

4.1.2.4 Identifikasi Responden Berdasarkan Perhasilan per Bulan

Berdasarkan data yang telah diolah, maka berikut merupakan hasil jumlah responden berdasarkan penghasilan per bulan.

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan

No	Penghasilan per Bulan	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp 1.000.000	1	1%
2	Rp 1.000.000-Rp 2.500.000	4	4%
3	Rp 2.500.000-Rp 5.000.000	31	31%
4	> Rp 5.000.000	64	64%
	Total	100	100%

Sumber : Kuesioner yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan dalam penelitian ini di dominasi dengan pelanggan berpenghasilan > Rp 5.000.000 perbulan sebanyak 64 orang (64%), diikuti jumlah pelanggan dengan penghasilan Rp 2.500.000-Rp 5.000.000 perbulan sebanyak 31 orang (31%), pelanggan dengan penghasilan Rp 1.000.000-Rp 2.500.000 sebanyak 4 orang (4%), dan 1 orang (1%) dengan penghasilan < Rp 1.000.000 perbulan. Maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan Lottemart Wholesale Medan dalam penelitian ini di dominasi oleh pelanggan dengan penghasilan > Rp. 5.000.000,- perbulan.

1.2 Uji Instrumen Penelitian

4.2.1. Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner

4.2.1.1. Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Promosi Penjualan (X1)

Pengujian validitas dan reabilitas promosi penjualan (X1) diberikan pada 30 responden yang berada di luar sampel penelitian ini. Berikut merupakan hasil uji validitas promosi penjualan:

Tabel 4.5

Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan (X1)

NO	r hitung	r tabel	Status
1	0,686	0,361	Valid
2	0,880	0,361	Valid
3	0,862	0,361	Valid
4	0,872	0,361	Valid
5	0,787	0,361	Valid
6	0,878	0,361	Valid
7	0,920	0,361	Valid
8	0,831	0,361	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Pada tabel diatas memuat 8 butir pernyataan mengenai promosi penjualan dalam kuesioner yang dinyatakan valid, dikarenakan setiap item pernyataan memenuhi kriteria uji validitas $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan layak digunakan dalam

penelitian ini. Pengujian realibilitas pada variabel promosi penjualan dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha sebagai berikut:

Tabel 4.6

Uji Reabilitas Variabel Promosi Penjualan (X1)

Reability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Item
,794	9

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai uji reabilitas promosi penjualan pada 8 item pernyataan yang menggunakan Cronbach's Alpha sebesar 0,794 dinyatakan reabilitas dan handal karena memenuhi kriteria pengujian yaitu $> 0,60$. Dan jawaban dari responden dapat dinyatakan stabil dan konsisten terhadap 8 item pernyataan yang diberikan.

4.2.1.2. Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Pengujian validitas dan reabilitas kualitas pelayanan (X2) diberikan pada 30 responden yang berada di luar sampel penelitian ini. Berikut merupakan hasil uji validitas kualitas pelayanan:

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

NO	r hitung	r tabel	Status
1	0,725	0,361	Valid
2	0,887	0,361	Valid
3	0,928	0,361	Valid
4	0,925	0,361	Valid
5	0,914	0,361	Valid
6	0,878	0,361	Valid

7	0,881	0,361	Valid
8	0,844	0,361	Valid
9	0,749	0,361	Valid
10	0,846	0,361	Valid
11	0,819	0,361	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Pada tabel diatas memuat 11 butir pernyataan mengenai kualitas pelayanan dalam kuesioner yang dinyatakan valid, dikarenakan setiap item pernyataan memenuhi kriteria uji validitas r hitung $>$ r tabel dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Pengujian realibitas pada variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha sebagai berikut:

Tabel 4.8

Uji Reabilitas Variabel Promosi Penjualan (X1)

Reability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Item
,784	12

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai uji reabilitas kualitas pelayanan pada 11 item pernyataan yang menggunakan Cronbach's Alpha sebesar 0,784 dinyatakan reabilitas dan handal karena memenuhi kriteria pengujian yaitu $>$ 0,60. Dan jawaban dari responden dapat dinyatakan stabil dan konsisten terhadap 11 item pernyataan yang diberikan.

4.2.1.3. Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pengujian validitas dan reabilitas keputusan pembelian (Y) diberikan pada 30 responden yang berada di luar sampel penelitian ini. Berikut merupakan hasil uji validitas keputusan pembelian:

Tabel 4.9

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

NO	r hitung	r tabel	Status
1	0,867	0,361	Valid
2	0,921	0,361	Valid
3	0,887	0,361	Valid
4	0,880	0,361	Valid
5	0,876	0,361	Valid
6	0,878	0,361	Valid

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Pada tabel diatas memuat 6 butir pernyataan mengenai keputusan pembelian dalam kuesioner yang dinyatakan valid, dikarenakan setiap item pernyataan memenuhi kriteria uji validitas r hitung $>$ r tabel dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Pengujian realibitas pada variabel Keputusan pembelian dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha sebagai berikut:

Tabel 4.10 Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Item
,813	7

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai uji reabilitas keputusan pembelian pada 6 item pernyataan yang menggunakan Cronbach's Alpha sebesar 0,813 dinyatakan reabilitas dan handal karena memenuhi kriteria pengujian yaitu $> 0,60$. Dan jawaban dari responden dapat dinyatakan stabil dan konsisten terhadap 6 item pernyataan yang diberikan.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi telah terdistribusi secara normal atau tidak. Uji Kolmogorov Smirnov merupakan uji yang dapat digunakan untuk melihat normal tidaknya distribusi data pada penelitian. Yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.11
Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.386146664
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114

a Test distribution is Normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.386146664
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114

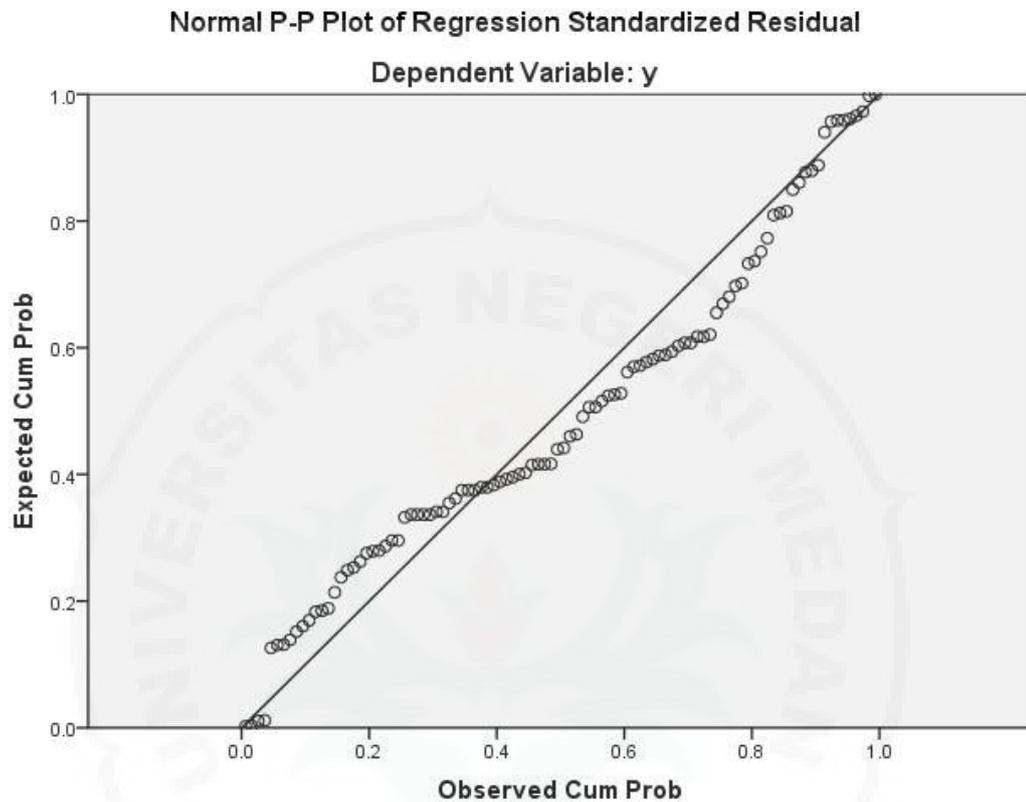
a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Berdasarkan tabel diatas, data pada penelitian ini sudah terdistribusi normal, karena tingkat *asympt.Sig (2-tailed)* sebesar $0,114 > 0,05$. Data ini sudah memenuhi kriteria pengambilan keputusan dalam uji kolmogorov smirnov dengan tingkat signifikan $> 0,05$ yang berarti berdistribusi normal.

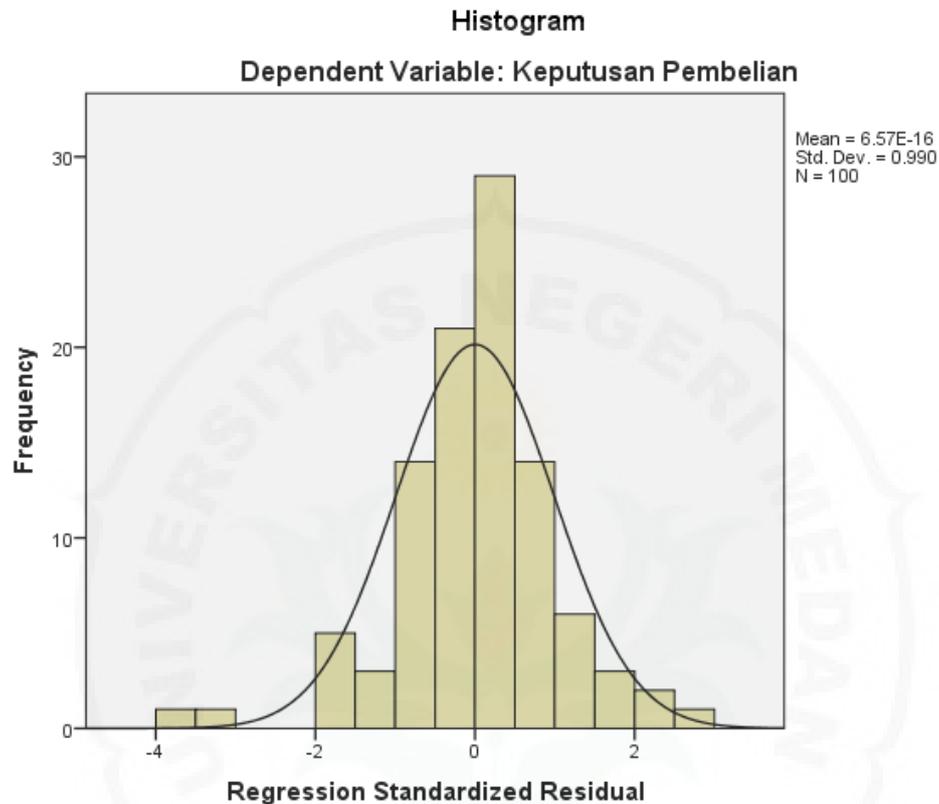
Hasil uji normalitas juga dapat dilihat dengan menggunakan SPSS Statistic 22.0 yang dinyatakan dalam grafik P-Plot. Dinyatakan normal apabila penyebaran data statistic mengikuti sumbu diagonal atau memiliki distribusi data normal dan mendekati normal.



Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Gambar 4.2 Normal P-Plot of Reggresion Standardized Residual

Dari gambar 4.2 terlihat bahwa titik-titik (plot data) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikiti garis diagonal, maka dapat dinyatakan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal. Uji normalitas juga ditunjukkan pada grafik histogram berikut:



Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Gambar 4.3 Grafik Histogram

Distribusi normal juga ditunjukkan dengan hasil histogram yang menunjukkan yang menunjukkan bahwa pola tidak miring ke kiri dan tidak miring ke kanan dan hampir keseluruhan batang variabel berada dalam histogram. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa uji normalitas telah terpenuhi.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan salah satu dari uji asumsiklasik yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadi gejala multikolinearitas atau tidak ada korelasi antara variabel bebas . pengukuran

uji multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *tolerance* > 0,10 dan *variance inflation factor (VIF)* < 10,00 .

Tabel 4.12

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.669	.838		7.962	.000		
Promosi Penjualan	.376	.052	.653	7.186	.000	.196	5.091
Kualitas Pelayanan	.167	.053	.286	3.153	.002	.196	5.091

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas bahwa variabel promosi penjualan dan kualitas pelayanan tidak ada yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai *VIF* lebih dari 10,00. Maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel promosi penjualan (X1) yang memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,196 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,196. Bila dilihat berdasarkan nilai *VIF* promosi penjualan sebesar 5,091 dan nilai *VIF* kualitas pelayanan sebesar 5,091.

Tabel 4.13**R square****Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.843	.840	1.40036

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan

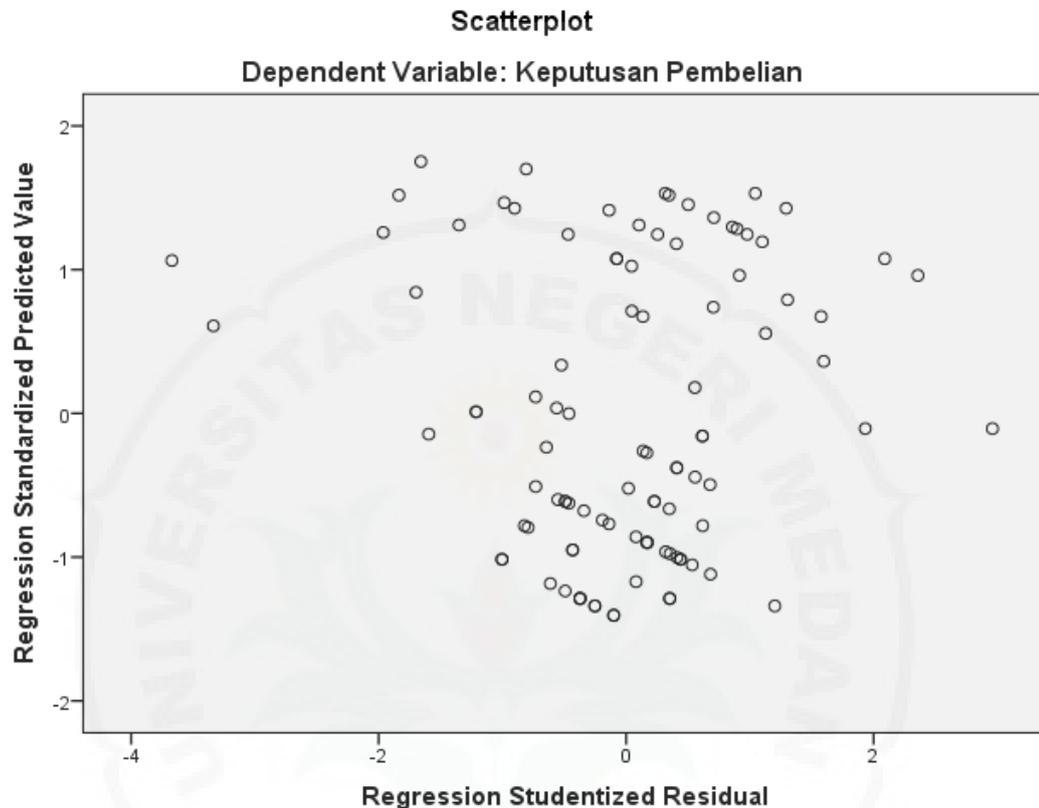
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,918 dan nilai R^2 sebesar 0,843. Nilai R^2 menunjukkan nilai yang lebih kecil dibandingkan ilia R ($R^2 < R$) yang berarti tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Dari dua alat pendeteksi diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum tidak terjadi gejala multikolinearitas data dalam penelitian ini baik digunakan dalam model regresi.

4.3.3 Uji Heterokedastisitas

Tujuan dilakukan uji ini adalah untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Suatu model dikatakan terbebas dari uji heterokedasitas apabila titik-titik data menyebar diatas serta dibawah dan disekitar angka nol (0), kemudian penyebaran titik titik data tidak boleh berbentuk pola mengembang, menyebar kemudian menyempit dna melebar kembali. Berdasarkan uji heterokedatisitas menggunakan program SPSS statistc 22.0 dapat dilihat gambar Scartertplot sebagai berikut:



Gambar 4.4 Scatterplot

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik data berada di atas, dibawah, dan menyebar disekitar angka nol (0), dan tidak membentuk pola yang jelas pula sehingga dapat diartikan bahwa penelitian ini tidak mengalami masalah heterokedastisitas pada model regesi yang digunakan.

4.3.4 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk adanya pengaruh dua atau lebih variabel bebas yaitu promosi penjualan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y). sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + e$$

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.669	.838		7.962	.000
Promosi Penjualan	.376	.052	.653	7.186	.000
Kualitas Pelayanan	.167	.053	.286	3.153	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Dari hasil regresi linear berganda diperoleh nilai konstanta sebesar 6.669 dan untuk variabel Promosi penjualan sebesar 0,376 serta kualitas pelayanan sebesar 0,167 sehingga diperoleh persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = 6,669 + 0,376X_1 + 0,167X_2 + e$$

1. Nilai konstanta keputusan pembelian (Y) menyatakan bahwa jika variabel X yaitu promosi penjualan dan kualitas pelayanan sama dengan nol (0) maka keputusan pembelian konsumen yang diraih sebesar 6,669. Dengan kata lain saat Lotemart Wholesale Medan tidak memperhatikan bagaimana promosi penjualan dan kualitas pelayanan mereka, maka tingkat keputusan pembelian konsumen akan sebesar 6,669.

2. Koefisien X1 promosi penjualan sebesar 0,376 menyatakan bahwa, saat nilai promosi penjualan = meningkat atau menurun 1% maka nilai keputusan pembelian konsumen = meningkat atau menurun 37,6% atau dengan kata lain saat Lottemart Wholesale Medan memperbaiki atau meningkatkan promosi penjualan sebanyak 1% , maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat sebesar 37,6% atau sebaliknya setia terjadi penurunan promosi penjualan sebesar 1% maka keputusan pembelian konsumen akan menurun 37,6%.
3. Koefisien X2 kualitas pelayanan sebesar 0,167 menyatakan bahwa saat kualitas pelayanan = meningkat atau menurun 1% maka keputusan pembelian = meningkat atau menurun 16,7% , atau dengan kata lain saat Lottemart Wholesale Medan memperbaiki atau meningkatkan kualitas pelayanan sebanyak 1% , maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 16,7% atau sebaliknya setiap terjadi penurunan kualitas pelayanan sebesar 1% maka tingkat keputusan pembelian juga akan menurun sebesar 16,7%.

4.3.5 Uji Hipotesis

4.3.5.1 Uji t (Parsial)

Uji parsial dilakukan untuk dapat mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini dapat dilihat dari hasil perhitungan nilai signifikan t, dimana apabila nilai signifikan $t < 0,05$ maka variabel independent secara individu berpengaruh terhadap variabel dependent, namun bila nilai signifikansi $t > 0,05$

maka variabel independent secara individu tidak berpengaruh terhadap variabel dependent. Adapun kriteria dari uji hipotesis sebagai berikut :

- a. Jika tingkat signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika tingkat signifikan $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan hasil olahan SPSS Statistic 22.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.669	.838		7.962	.000
Promosi	.376	.052	.653	7.186	.000
Penjualan					
Kualitas	.167	.053	.286	3.153	.002
Pelayanan					

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Dalam penelitian ini, tabel distribusi dengan tingkat kepercayaan 95% dan alpha 0,05 serta derajat kebebasan dapat menunjukkan t_{tabel} dengan ketentuan $t(\alpha/2 ; n - k - 1) = t(0,025 ; 97)$. Dari ketentuan tersebut maka diperoleh t_{tabel} adalah 1,984. Sehingga berdasarkan t_{tabel} dan t_{hitung} diatas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh X1 terhadap Y

Nilai thitung untuk variabel promosi penjualan adalah $7,186 > t_{tabel}$ yaitu $1,984$ dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara individu atau parsial dan signifikan adanya pengaruh promosi penjualan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Pengaruh X2 terhadap Y

Nilai thitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah $3,153 > t_{tabel}$ yaitu $1,984$ dengan taraf signifikan $0,002 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial dan signifikan terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

4.3.5.2 Uji Simultan / Uji F

Uji simulatan atau uji F dilakukan adalah guna untu melihat seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu promosi penjualan (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

Tabel 4.16 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1020.531	2	510.266	260.204	.000 ^b
Residual	190.219	97	1.961		
Total	1210.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Berdasarkan penelitian ini, tabel distribusi F dapat menunjukkan nilai dari F-tabel dengan penentuan tingkat kepercayaan 95% dan alpha 0,05 serta derajat kebebasan (dk). Dapat dilihat bahwa nilai F pada $df_1 = 2$ dan $df_2 = n - k = 97$. Maka diperoleh F tabel 3,090. Berdasarkan tabel di atas, nilai F yang diperoleh dari hasil perhitungan adalah sebesar 260,204. Dengan signifikansi yang diperoleh $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $260,204 > 3,090$. Sehingga dapat disimpulkan bersama-sama bahwa variabel promosi penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4.3.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi R² dilakukan agar dapat mengetahui berapa persen besar pengaruh (dominasi) variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4.17

Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.843	.840	1.40036

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi

Penjualan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Perhitungan Data SPSS 22 (Diolah 2022)

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,843. Hal ini menunjukkan 84,3% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu

promosi penjualan dan kualitas pelayanan sedangkan 15,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lottemart Wholesale Medan. Data dalam penelitian ini didapat dengan menyebarkan kuesioner kepada customer yang pernah berbelanja di Lottemart Wholesale Medan. Untuk pengolahan datanya sendiri menggunakan *SPSS for windows 22.0*

4.4.1 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Lottemart Wholesale Medan

Variabel promosi penjualan pada Lottemart Wholesale Medan memiliki taraf signifikan $0,000 < 0,05$ serta $t_{hitung} 7,186 > t_{tabel} 1,984$. Maka secara parsial dan signifikan promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 37,6 % sehingga adanya pengaruh ini membuktikan bahwa hipotesis pertama diterima.

Menurut (Murwatingsih, 2017) promosi penjualan berfungsi untuk merangsang konsumen agar melakukan pembelian, sehingga promosi yang efektif seharusnya mampu meningkatkan keputusan pembelian serta penjualan perusahaan. Sesuai dengan fungsi diatas maka bila dilihat lagi pada penelitian ini semakin tinggi promosi penjualan yang dilakukan Lottemart Wholesale Medan maka juga akan

meningkatkan keputusan pembelian konsumen, begitupun sebaliknya. Hal ini terlihat jelas juga dari hasil perhitungan statistic yang diperoleh dari olahan kuesioner penelitian yang diisi oleh customer Lottemart Wholesale Medan. Hal ini juga didukung oleh penelitian (Sitepu et al., 2021) menyatakan bahwa promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada galael supermarket Citraland Semarang. Sejalan dengan penelitian (Prasetio & Rismawati, 2018) juga ditemukan bahwa promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toserba dorma cabang Dakota.

4.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lottemart Wholesale Medan

Variabel kualitas pelayanan pada Lottemart Wholesale Medan memiliki taraf signifikan $0,002 < 0,05$ serta thitung $3,153 > ttabel1,984$. Maka secara parsial dan signifikan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dan berdasarkan hasil penelitian ini bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 16,7% maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Septianto et al., 2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Hypermart Paragon Semarang, dan didukung pula oleh hasil penelitian (Arifin & Azhari, 2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart Kota Palangkaraya.

Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa semakin maksimal kualitas pelayanan yang diberikan pihak Lottemart Wholesale Medan, maka akan semakin besar pula tingkat keputusan pembelian dari customer, begitu pula sebaliknya semakin buruk tingkat kualitas pelayanan yang disajikan Lottemart Wholesale Medan maka akan semakin menurun pula tingkat keputusan pembelian konsumen. Hal ini terlihat jelas juga pada hasil perhitungan statistic yang diperoleh dari olahan kuesioner peneliti yang diisi oleh Customer Lottemart Wholesale Medan.

4.4.3 Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lottemart Wholesale Medan

Berdasarkan hasil penelitian variabel promosi penjualan dan kualitas pelayanan keduanya memberikan pengaruh sebesar 84,3% terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lottemart Wholesale Medan, sisanya sebesar 15,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Serta berdasarkan hasil uji simultan atau uji F yang telah dilakukan maka diperoleh Fhitung sebesar $260,204 > F_{tabel}$ sebesar 3,090 dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen Lottemart Wholesale Medan dan uji jipotesis ketiga diterima.