

ARTIKEL

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *DISPLAY*, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO HIJAB “CAHAYA” TULUNGAGUNG**

***INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, DISPLAY, AND LOCATION ON BUYING
DECISION AT “CAHAYA” TULUNGAGUNG HIJAB STORE***



Oleh:

HARLINA MEI SUSANTI

13.1.02.02.0358

Dibimbing oleh :

- 1. Poniran Yudho L.,S.E., MM**
- 2. Ismayantika Dyah P., M.B.A.**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI
2018**

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

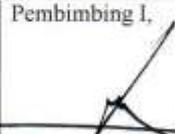
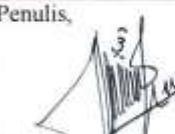
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Harlina Mei Susanti
NPM : 13.1.02.02.0258
Telepon/HP : 081230724155
Alamat Surel (Email) : harlinamey@ymail.com
Judul Artikel : Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Display*, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Hijab "CAHAYA" Tulungagung
Fakultas – Program Studi : Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi : UN PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi : Jalan. K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

- artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
- artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui,		Kediri, 22 Januari 2018
Pembimbing I,  Poniran Yudho L., S.E., MM NIDN 0704047306	Pembimbing II,  Ismayantika Dyah P., M.B.A. NIDN 0706108902	Penulis,  Harlina Mei Susanti NPM 13.1.02.02.0358

Harlina Mei Susanti | 13.1.02.02.0358
Ekonomi - Manajemensimki.unpkediri.ac.id
||1||



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *DISPLAY*, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO HIJAB “CAHAYA” TULUNGAGUNG

Harlina Mei Susanti

13.1.02.02.0358

Ekonomi - Manajemen

harlinamey@gmail.com

Poniran Yudho L., S.E., MM dan Ismayantika Dyah P., M.B.A.

UN PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa perusahaan dalam persaingan yang semakin ketat harus mampu memaksimalkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat menciptakan keputusan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan tercapai. Semakin banyak kemudahan yang diberikan oleh perusahaan akan menjadi daya tarik keputusan pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko hijab CAHAYA Tulungagung? (2) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara *display* terhadap keputusan pembelian di toko hijab CAHAYA Tulungagung? (3) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian di toko hijab CAHAYA Tulungagung? (4) Apakah kualitas pelayanan, *display*, dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di toko hijab CAHAYA Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda, adapun perhitungan menggunakan *SPSS Windows Release versi 23*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Hijab CAHAYA Tulungagung. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 40 pelanggan toko hijab CAHAYA Tulungagung.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (2) *Display* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (3) Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (4) Kualitas pelayanan, *display*, dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada toko hijab CAHAYA Tulungagung.

KATA KUNCI: Kualitas Pelayanan, *Display*, Lokasi, Keputusan Pembelian

LATAR BELAKANG

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan dan merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Sebelum Indonesia merdeka dan saat awal-awal Indonesia merdeka penggunaan hijab masih sangat sederhana, hanya berupa kain yang disampirkan atau dibalutkan di kepala. Pada tahun 70-80an sempat terjadi larangan untuk berhijab oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Ditahun 90an hijab gaya klasik menjadi *trend*, dan sampai saat ini muncul berbagai model hijab banyak pilihan motif dan gaya, lebih *colorfull* dan menarik terlebih ketika kebebasan berhijab yang boleh dipakai siapapun.

Dengan memandang peluang tersebut perusahaan-perusahaan di bidang *fashion* mulai berinovasi dan menunjukkan kreatifitasnya dengan mengeluarkan banyak produk baru sesuai dengan minat konsumen karena perusahaan yang berjalan dengan baik adalah dimana yang mampu menciptakan barang sesuai dengan keinginan konsumen dan bisa diserap oleh pasar.

Harlina Mei Susanti | 13.1.02.02.0358
Ekonomi - Manajemen

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Display, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Hijab “CAHAYA” Tulungagung”**.

RUMUSAN MASALAH

Dalam penelitian ini permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko hijab “CAHAYA” Tulungagung?
2. Apakah *display* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko hijab “CAHAYA” Tulungagung?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko hijab “CAHAYA” Tulungagung?
4. Apakah kualitas pelayanan, *display*, dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko hijab “CAHAYA” Tulungagung?

KAJIAN TEORI

1. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (2007 : 259), mendefinisikan sebagai berikut : “Suatu keputusan merupakan

pilihan suatu tindakan dua atau lebih pilihan alternatif, dengan kata lain apabila seseorang mengambil keputusan maka terdapat pemilihan terhadap beberapa alternatif". Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah yang dikumpulkan oleh seorang konsumen, dan mewujudkannya dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah proses tersebut, barulah konsumen itu dapat mengevaluasi pilihannya, dan menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Menurut Nugroho (2008 : 15), keputusan pembelian dimaknai sebagai berikut : "Keputusan membeli seseorang merupakan hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Sedangkan menurut Utami (2010 :45), keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen itu sendiri dapat diartikan sebagai perilaku yang terlibat dalam perencanaan, pembelian, dan penentuan produk serta jasa yang konsumen harapkan untuk dapat

memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Kualitas Pelayanan

Menurut (Kotler & Armstrong 2012 : 114) "Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang telah terjual. Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan berkualitas, maka dengan begitu pelanggan akan merasa mendapat kepuasan tersendiri dan merasa dihargai sehingga mereka senang dan bersedia untuk menjadi pelanggan tetap"

Sedangkan menurut Utami (2010 : 245) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai berikut : "Kualitas pelayanan adalah perspektif konsumen dalam

jangka panjang (dalam waktu yang lama) dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa”.

3. *Display*

Menurut Wibowo (2008 : 102), “*Display* adalah suatu cara penataan produk, terutama produk barang yang diterapkan oleh perusahaan tertentu dengan tujuan untuk menarik minat konsumen.

Menurut Sopiah dan Syihabuddin (2008 : 238), mengemukakan bahwa “*Display* adalah usaha yang dilakukan untuk menata barang yang mengarahkan pembeli agar tertarik untuk melihat dan memutuskan membelinya.”

4. Lokasi

Menurut Utami (2008 : 56), menyatakan sebagai berikut : “Pemilihan lokasi merupakan keputusan yang sangat strategis, sekali lokasi dipilih. Pemilik harus menanggung segala kosekuensi dari pilihan tersebut.”

Menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 63) “lokasi adalah tempat yang meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produksi tersedia bagi pelanggan sasaran.”

METODE

A. Tehnik Penelitian dan Pendekatan

Menurut Sugiyono (2016 : 37) Metode Kausalitas adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkapkan permasalahan yang bersifat hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel terikat yang akan diuji baik secara parsial maupun secara simultan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016 : 13) pendekatan kuantitatif adalah bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik, maka data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk mempermudah dalam analisa program SPSS.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Hijab “CAHAYA” yang berlokasi di Jl. Fatahillah, Botoran, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66213

Waktu yang diperlukan untuk penelitian ini yakni mulai bulan Oktober sampai dengan bulan Desember 2017.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang

langsung dan melakukan pembelian di Toko Hijab Cahaya Tulungagung

Menurut Sugiyono (2016 : 91) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”.

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti berjumlah 4 variabel, jadi jumlah sampel minimal yang harus diambil yaitu 40 (10 x 4) responden.

Metode pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2016 : 96) “metode *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

C. Tehnik Pengumpulan Data

1) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016 : 142), “kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Dalam penelitian ini, peneliti datang langsung untuk observasi tempat penelitian dan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden yang diambil sebagai sampel dan responden diharapkan mengisi jawaban sesuai pendapat masing-masing.

2) Studi pustaka

Studi pustaka adalah pengumpulan data yang diarahkan untuk memperoleh landasan teori sebagai landasan dalam pengujian kasus. Landasan teori atau dasar-dasar teori ini diperoleh dengan cara membaca dan mempelajari literatur-literatur, hasil penelitian terdahulu, dan bacaan yang relevan untuk mendukung penelitian.

D. Tehnik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016:37) “analisis kausalitas adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkapkan permasalahan yang bersifat hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih”. Dalam analisis ini dilakukan pembahasan mengenai seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, display, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Toko Hijab Cahaya Tulungagung.

1. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan suatu analisis data yang diperlukan terhadap data yang diperoleh dari hasil responden yang diberikan. Kemudian dilakukan analisa berdasarkan metode statistik dan data tersebut diklasifikasikan kedalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel untuk mempermudah dalam menganalisa.

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, indikasi terjadi normalitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *Probability Plot*.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang diperoleh terdapat korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan kepengamatan yang lain.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan

pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh kualitas pelayanan (X_1), *display* (X_2), dan lokasi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Display

X_3 = Lokasi

b_1 = Koefisien untuk variabel kualitas pelayanan

b_2 = Koefisien untuk variabel display

b_3 = Koefisien untuk variabel lokasi

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika (R^2) semakin besar, maka presentase perubahan variabel terikat (Y) yang

disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah. Hasil koefisien determinasi (R^2) didapat dengan melihat angka pada tampilan output SPSS pada kolom *Adjusted R Square*. Secara sistematis jika nilai $R^2 = 0$, maka $adjusted R^2 = 1$ sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka $adjusted R^2 = (1-k)(n-k)$. Jika $k > 1$ maka $adjusted$ akan bernilai negatif.

d. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2013 : 98)

“uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independent*) secara parsial memiliki pengaruh signifikan atau tidak dengan variabel terikat (*dependent*)”.

2. Uji Simultan (Uji F)

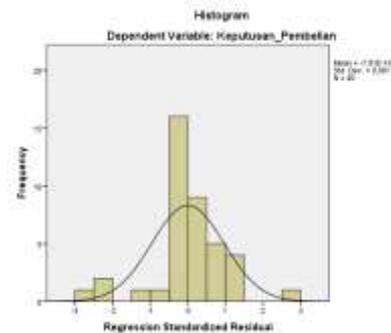
Menurut Ghozali (2013:98)

“uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) variabel independen terhadap variabel dependen dengan derajat kepercayaan 0,05”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

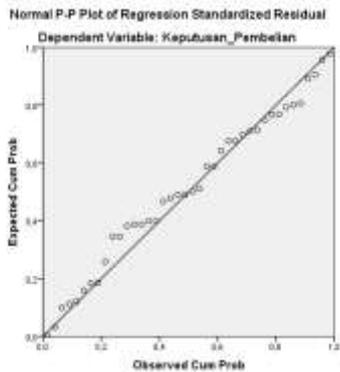


Uji Normalitas Grafik Histogram

Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat bahwa data telah berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan gambar tersebut sudah memenuhi dasar pengambilan keputusan, bahwa data memiliki puncak tepat di tengah-tengah titik nol membagi 2 sama besar dan tidak memenceng ke kanan maupun ke kiri, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas digunakan untuk melihat normalitas model regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik normal p-p plot. Pada grafik normal p-p plot, model memenuhi asumsi normalitas jika titik-titik pada kurva berhimpit mengikuti garis diagonalnya. Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik normal p-p plot. Kurva normal p-p plot untuk pengujian normalitas regresi linear

antara variabel independen terhadap variabel dependen



Uji Normalitas Grafik normal probability plot

2. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinearitas

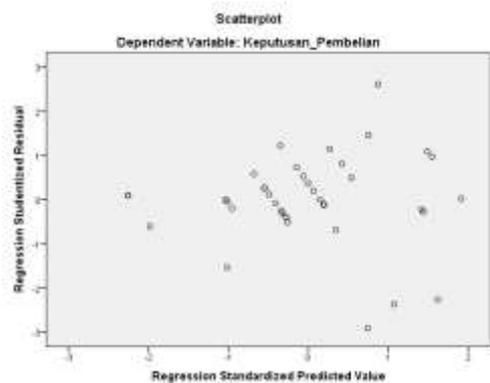
Dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan, *display*, dan lokasi memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,611; 0,917; 0,602 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 1,637; 1,091; 1,660 yang lebih kecil dari 10, dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas, hal ini berarti antar variabel independen tidak terjadi korelasi.

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas_Pelayanan	,611	1,637
	<i>Display</i>	,917	1,091
	Lokasi	,602	1,660
Dependent Variable: Keputusan_Pembelian			

3. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas dan model regresi layak digunakan.

Hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot*. yang ditunjukkan oleh grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak tersebut serta baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini berarti dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain.



Grafik Scaterplots

1. Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel *Durbin Watson* di atas nilai $du = 1,6589$ dan $4 - du = 4 - 1,6589 = 2,3411$ atau dapat dilihat pada

Tabel 4.8 yang menunjukkan $du < d < 4 - du$ atau $1,6589 < 2,090 < 2,3411$, sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi. Hal ini berarti ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya).

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b		
Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,706	2,090
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas_Pelayanan, Display		
b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian		

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	3,300	1,389	
Kualitas_Pelayanan	,459	,100	,365
Display	,120	,038	,206
Lokasi	,803	,103	,625

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Berdasarkan Tabel didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = 3,300 + 0,459 (X_1) + 0,120 (X_2) + 0,803 (X_3) + \epsilon$$

Menunjukkan bahwa persamaan linier berganda yang diperoleh dari hasil uji analisis yaitu $Y = 3,300 + 0,459 (X_1) + 0,120 (X_2) + 0,803 (X_3) + \epsilon$ persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

1. Konstanta = 3,300

Jika variabel kualitas pelayanan (X_1), *display* (X_2), dan lokasi (X_3) = 0, maka keputusan pembelian (Y) akan menjadi 3,300.

2. Koefisien $X_1 = 0,459$

Setiap penambahan 1 satuan variabel ada kualitas pelayanan (X_1), dengan asumsi *display* (X_2), dan lokasi (X_3) = 0 maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,459.

3. Koefisien $X_2 = 0,120$

Setiap penambahan 1 satuan variabel *display* (X_2), dengan kualitas pelayanan (X_1), dan lokasi (X_3) = 0, maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,120.

4. Koefisien $X_3 = 0,803$

Setiap penambahan 1 satuan variabel lokasi (X_3), dengan kualitas pelayanan (X_1) dan *display* (X_2), = 0, maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,803

5. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda terlihat bahwa variabel yang paling dominan diantara variabel bebas adalah lokasi (X_3) dengan nilai koefisien tertinggi yaitu 0,803.

c. Analisis Koefisien determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,928 ^a	,861	,850

- a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas_Pelayanan, *Display*
- b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,850. Dengan demikian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, *display*, dan lokasi dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 85% dan sisanya yaitu 15% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini

d. Pengujian Hipotesis

- .1. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients	t	sig.
	Beta		
(Constant)		2,375	023
X1	,365	4,601	000
X2	,206	3,183	003
X3	,625	7,820	000

- a. Dependent Variable: Y

Berikut hasil pengujian secara parsial menggunakan uji t yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikan 0,05 atau 5%.

- 2. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regr essio n	111,56 1	3	37,187	74,625	,000 ^b
	Resi dual	17,939	36	,498		
	Tota l	129,50 0	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS *for windows* versi 23 dalam tabel 4.12 diperoleh nilai F hitung sebesar 74,625 dengan taraf signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji F variabel kualitas pelayanan, *display*, dan lokasi < 0,05 yang berarti H₀ ditolak dan H₄ diterima. Hasil dari pengujian secara simultan adalah kualitas pelayanan, *display*, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian

KESIMPULAN

- 1. Berdasarkan hasil penelitian di peroleh nilai variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 4,601

sementara t tabel adalah sebesar 0,312 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, selain itu signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko hijab “Cahaya” Tulungagung

2. Berdasarkan hasil penelitian di peroleh nilai variabel *display* memperoleh nilai t hitung sebesar 3,183 sementara t tabel adalah sebesar 0,312 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, selain itu signifikansi $0,003 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *display* yang mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko hijab Cahaya.
3. Berdasarkan hasil penelitian di peroleh nilai variabel lokasi memperoleh nilai t hitung sebesar 7,820 sementara t tabel adalah sebesar 0,312 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$, selain itu signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi yang mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko hijab Cahaya
4. Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, *display* dan lokasi terhadap keputusan

pembelian. Berdasarkan tabel 4.12 sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 atau 5%. H_0 ditolak dan H_4 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, *display*, dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi & Operasi*. FE UI. Jakarta
- Berman B, dan Evans J.R. 2010. *Retail Management* 12th Edition. Jakarta
- Christina W Utami. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta : Salemba Empat
- Ghozali Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23*. Bandung : Edisi 8.
- Kotler, Amstrong. 2007. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Edisi 12 Jilid 1. Erlangga
- Kotler Amstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Jilid 1. Edisi Milenium.. Phehallindo
- Lupiyoadi, Rambat & A.Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Edisi kedua Salemba Empat

- M. Mursyid. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara
- Schiffman. Leon G. & Leslie Kanuk. 2010 *Customer Behavior* Semarang : Edisi 5. New Jersey Prentice-Hall Inc.
- Sekaran Uma, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba Dua.
- Schiffman, Leon G, dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior* Tenth Edition. Pearson Education
- Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana
- Sopiah, Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta : Andi Offset
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : CV Alfabet
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. CV Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : (edisi 3).Andi Offset
- Tjiptono, Fandi. 2012. *Strategi Bisnis Pemasaran* . Yogyakarta. Andi
- Wibowo. 2013. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : Rineka Cipta
- Widjajanto, Nugroho. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta, Erlangga
- Yusuf, Creswell. 2016. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Salemba