

ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET DENGAN BRAND KAMPUS DI KABUPATEN BANYUMAS

KONSEP DASAR ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

1. Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
2. Model regresi linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik (memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten) jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas dan bebas dari asumsi klasik multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi (untuk data *time series*).

TAHAPAN ANALISIS

1. Persiapkan Tabulasi Data Penelitian.
2. Uji Validitas dan Reliabilitas dengan SPSS.
3. Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, dan Autokorelasi) dengan SPSS.
4. Analisis Statistik Deskriptif dengan SPSS.
5. Analisis Regresi Linear Berganda.
6. Uji Koefisien Determinasi (R^2).
7. Uji Hipotesis (Uji f dan Uji t).
8. Pembahasan dan Pembuatan Kesimpulan.

1. TABULASI DATA

No.	Produk (X1)	Harga (X2)	Promosi (X3)	Pelayanan (X4)	Tempat (X5)	Keputusan Pembelian (Y)
1	19	21	13	20	22	16
2	19	20	17	18	18	19
3	18	19	20	17	23	25
4	23	20	17	25	19	18
5	18	18	18	18	18	20
6	23	20	16	19	23	24
7	16	21	18	18	20	21

8	20	19	16	24	25	25
9	21	15	17	18	21	18
10	18	17	16	19	19	19
11	20	17	15	20	20	21
12	13	16	8	14	19	19
13	16	19	21	20	23	18
14	18	17	16	19	19	18
15	19	17	18	19	20	19
16	19	12	12	19	20	16
17	17	13	13	18	17	16
18	15	16	17	18	19	18
19	19	18	15	21	20	19
20	25	22	21	25	20	20
21	19	20	21	22	20	20
22	19	21	20	20	20	20
23	20	19	15	20	21	19
24	20	16	17	21	20	20
25	20	20	18	23	25	25
26	25	22	20	20	23	24
27	19	19	12	19	20	18
28	12	19	15	18	25	22
29	19	18	14	20	19	19
30	24	22	22	24	25	25
31	20	19	13	18	20	18
32	25	25	23	25	25	25
33	19	14	18	19	23	22
34	19	17	14	19	20	20
35	17	19	12	22	21	18
36	20	18	13	19	17	16
37	19	19	16	19	19	18
38	21	17	17	24	25	20
39	12	16	18	19	14	13

40	21	21	15	19	24	20
41	20	20	21	25	23	22
42	23	22	23	22	22	23
43	22	20	22	23	21	23
44	25	25	19	25	25	25
45	25	25	21	25	25	25
46	22	19	10	18	19	19
47	22	21	9	22	24	23
48	20	20	20	22	24	23
49	20	22	23	22	22	24
50	19	18	17	18	17	20
51	20	20	7	20	20	20
52	18	19	13	20	20	20
53	25	20	19	21	20	20
54	18	18	17	16	17	16
55	19	17	17	20	20	20
56	20	17	14	20	18	18
57	17	17	17	19	20	20
58	20	16	11	17	18	17
59	19	18	16	19	19	20
60	20	18	14	21	25	20
61	20	20	18	20	20	20
62	21	19	18	20	25	20
63	19	19	18	20	20	20
64	24	18	17	22	24	25
65	20	22	18	21	25	22
66	22	18	14	19	20	20
67	18	19	15	17	22	15
68	15	18	16	18	20	17
69	20	20	14	18	25	20
70	16	16	17	18	19	18
71	21	20	14	17	19	17

72	19	17	13	18	20	19
73	18	16	17	21	23	19
74	21	13	12	18	20	20
75	18	17	13	19	19	19
76	19	19	19	20	20	20
77	20	20	16	20	24	20
78	21	19	18	21	20	22
79	20	18	16	20	20	20
80	20	14	13	17	25	19
81	18	21	15	23	23	25
82	19	17	13	17	25	20
83	25	19	17	20	20	22
84	19	19	18	20	20	19
85	18	19	15	18	17	18
86	19	13	16	14	17	18
87	18	18	15	20	20	20
88	18	18	7	12	11	15
89	22	20	19	19	25	20
90	21	20	18	22	21	18
91	18	19	16	17	20	19
92	20	19	13	19	19	20
93	19	18	15	19	19	20
94	19	18	18	20	20	20
95	23	22	22	21	22	20
96	23	14	13	20	20	21
97	11	19	16	20	21	18
98	18	18	20	21	20	20
99	17	18	15	21	19	19
100	20	21	18	20	20	20

2. UJI INSTRUMEN

- Uji instrumen digunakan untuk *pilot test* penelitian
- Maksimal data yang diuji adalah 30

➤ Alpha yang digunakan 0,05

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen penelitian dinyatakan valid. Rumus untuk menghitung r_{tabel} adalah sebagai berikut.

$$\text{degree of freedom (df)} = n - k = 30 - 2 = 28$$

dimana :

n = jumlah data

k = jumlah variabel penelitian

karena alpha yang digunakan adalah 0,05, dan df = 28, maka pada rtabel didapatkan angka 0,3610.

TABEL R STATISTIKA
rumushitung.com
<http://rumushitung.com>

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620
30	0,2960	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541

Hasil Uji validitas adalah sebagai berikut.

Correlations							
		X1	X2	X3	X4	X5	Y
X1	Pearson Correlation	1	,398*	,388*	,368*	,224	,393
	Sig. (2-tailed)		,029	,034	,045	,235	,032
	N	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	,398*	1	,502**	,465**	,476**	,585**
	Sig. (2-tailed)	,029		,005	,010	,008	,001
	N	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	,388*	,502**	1	,665**	,601**	,590**
	Sig. (2-tailed)	,034	,005		,000	,000	,001
	N	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	,368*	,465**	,665**	1	,675**	,658**
	Sig. (2-tailed)	,045	,010	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	,224	,476**	,601**	,675**	1	,634**
	Sig. (2-tailed)	,235	,008	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	,393*	,585**	,590**	,658**	,634**	1
	Sig. (2-tailed)	,032	,001	,001	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Perbandingan r_{hitung} dengan r_{tabel} adalah sebagai berikut.

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Penilaian
PRODUK	0,393	0,3610	Valid
HARGA	0,585	0,3610	Valid
PROMOSI	0,590	0,3610	Valid
PELAYANAN	0,658	0,3610	Valid
TEMPAT	0,364	0,3610	Valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai minimal *cronbach's alpha* dengan *cronbach's alpha* hasil SPSS. Nilai *cronbach's alpha* minimal adalah 0,6. Apabila nilai *cronbach's alpha* >0,6 maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	5

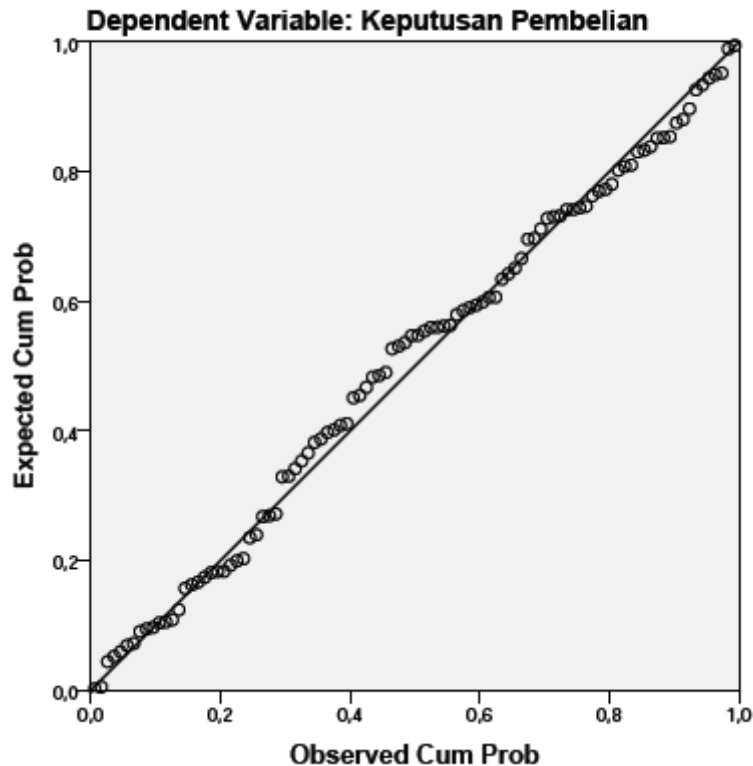
Pada tabel tersebut, nilai *cronbach's alpha* adalah $0,817 > 0,6$. Maka dari itu, instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

3. UJI ASUMSI KLASIK

a. Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas menggunakan *probability plot*. Model regresi dikatakan berdistribusi normal jika data *plotting* (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Terlihat bahwa data *plotting* (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Maka kesimpulan uji normalitas adalah **Model Regresi Berdistribusi Normal. Syarat normalitas telah terpenuhi.**

b. Uji Multikolinearitas

Tidak terjadi gejala multikolinieritas, jika nilai *Tolerance* > 0,100 dan nilai VIF < 10,00.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,517	1,732		,876	,383		
	Produk	,185	,073	,202	2,535	,013	,725	1,379
	Harga	,130	,088	,126	1,475	,144	,630	1,586
	Promosi	,100	,061	,134	1,633	,106	,682	1,466
	Pelayanan	,106	,102	,101	1,045	,299	,491	2,038
	Tempat	,415	,076	,440	5,458	,000	,709	1,410

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Nilai VIF untuk masing-masing variabel bebas adalah:

Variabel	VIF	Kriteria	Penilaian
PRODUK	1,379	<10,00	Syarat Tepenuhi
HARGA	1,586	<10,00	Syarat Terpenuhi
PROMOSI	1,466	<10,00	Syarat Terpenuhi
PELAYANAN	2,038	<10,00	Syarat Terpenuhi
TEMPAT	1,410	<10,00	Syarat Terpenuhi

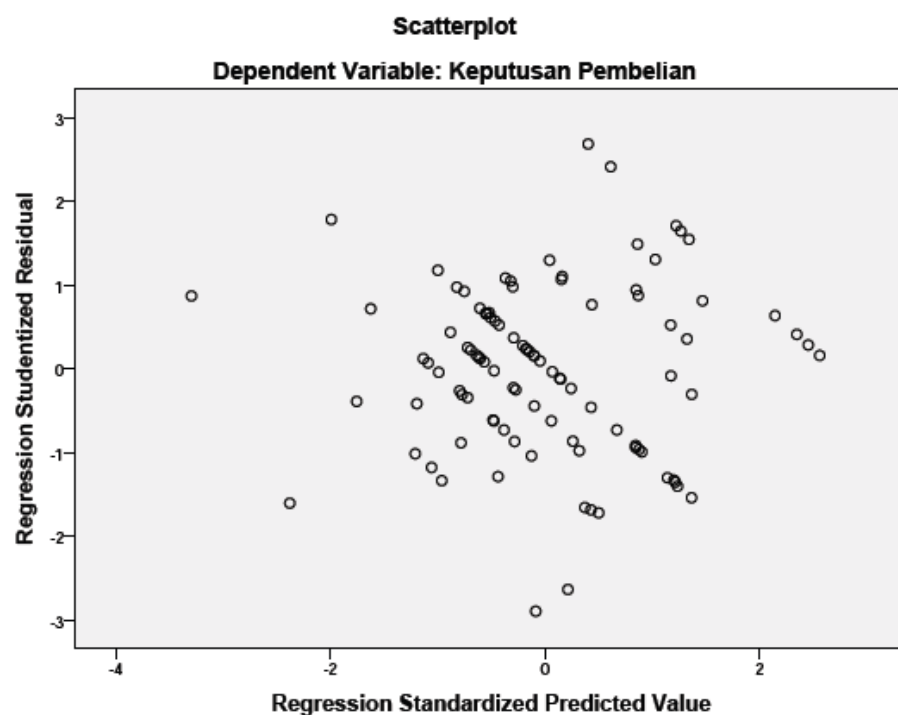
Nilai *Tolerance* untuk masing-masing variabel bebas adalah:

Variabel	<i>Tolerance</i>	Kriteria	Penilaian
PRODUK	0,725	>0,100	Syarat Tepenuhi
HARGA	0,630	>0,100	Syarat Terpenuhi
PROMOSI	0,682	>0,100	Syarat Terpenuhi
PELAYANAN	0,491	>0,100	Syarat Terpenuhi
TEMPAT	0,709	>0,100	Syarat Terpenuhi

Terlihat bahwa kriteria VIF dan *Tolerance* terpenuhi maka dapat diambil kesimpulan yaitu **Tidak ada gejala multikolinearitas.**

c. Uji Heteroskedastisitas

Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar kemudian menyempit) pada gambar *scatterplots*, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.



Terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar kemudian menyempit) pada gambar *scatterplots*, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka kesimpulan yang dapat diambil adalah **Tidak ada gejala heteroskedastisitas.**

d. Uji Autokorelasi

Tidak ada gejala autokorelasi, jika nilai Durbin Watson terletak antara dU sampai dengan $(4 - dU)$.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,753 ^a	,566	,543	1,686	1,817

a. Predictors: (Constant), Tempat, Promosi, Produk, Harga, Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Kesimpulan Uji Autokorelasi:

- Dapat diketahui bahwa jumlah variabel bebas dalam penelitian ini adalah 5 variabel, maka ($k = 5$) dan jumlah sample/data adalah sebanyak 100 kuesioner maka ($N = 100$).
- Nilai dU dicari pada distribusi nilai tabel durbin Watson berdasarkan ($k = 5$) dan ($N = 100$) dengan signfikansi 5%.

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	

- $dU (1,7804) < \text{Durbin Watson} (1,817) < 4-dU (2,2196)$.

Nilai Durbin Watson terletak antara dU pada tabel dan 4-dU maka dapat disimpulkan **Tidak ada gejala autokorelasi.**

“Dengan Demikian, **ASUMSI KLASIK TELAH TEPENUHI** (Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, dan Autokorelasi)”

4. ANALISIS LINEAR BERGANDA (Uji f dan Uji t)

Berikut adalah dasar pengambilan keputusan untuk uji t (pengaruh secara parsial)

- Jika nilai Sig. < 0,05 maka artinya variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).
- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka artinya variabel independen (X) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- Jika nilai $t_{hitung} < (-t_{tabel})$ maka artinya variabel independen (X) secara parsial berpengaruh negatif terhadap variabel dependen (Y).
- Sementara nilai $(-t_{tabel}) < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka artinya variabel independen (X) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).
- Rumus mencari $t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1) = (0,05/2 ; 100-5-1) = (0,025 ; 94) = 1,98552$

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,517	1,732		,876	,383		
Produk	,185	,073	,202	2,535	,013	,725	1,379
Harga	,130	,088	,126	1,475	,144	,630	1,586
Promosi	,100	,061	,134	1,633	,106	,682	1,466
Pelayanan	,106	,102	,101	1,045	,299	,491	2,038
Tempat	,415	,076	,440	5,458	,000	,709	1,410

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Nilai t_{hitung} setiap variabel

Variabel	t_{hitung}	Kriteria	Sig.	Kriteria	Penilaian
PRODUK	2,535	2,535 > 1,98552	0,013	Sig. < 0,05	Positif Signifikan

HARGA	1,475	-1,98552 < 1,475 < 1,98552	0,144	Sig. < 0,05	Positif Tidak Signifikan
PROMOSI	1,633	-1,98552 < 1,633 < 1,98552	0,106	Sig < 0,05	Positif Tidak Signifikan
PELAYANAN	1,045	-1,98552 < 1,045 < 1,98552	0,299	Sig. < 0,05	Positif Tidak Signifikan
TEMPAT	5,458	5,458 > 1,98552	0,000	Sig. < 0,05	Positif Signifikan

Kesimpulan dari uji t (pengaruh secara parsial)

- Produk (X1) **berpengaruh positif signifikan** terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- Harga (X2) **berpengaruh positif tidak signifikan** terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- Promosi (X3) **berpengaruh positif tidak signifikan** terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- Pelayanan (X4) **berpengaruh positif tidak signifikan** terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- Tempat (X5) **berpengaruh positif signifikan** terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Dasar pengambilan keputusan uji f simultan (pengaruh secara simultan) adalah jika nilai Sig. < 0,05 maka artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349,187	5	69,837	24,557	,000^b
	Residual	267,323	94	2,844		
	Total	616,510	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Tempat, Promosi, Produk, Harga, Pelayanan

Kesimpulan dari uji f (pengaruh secara simultan)

Terlihat pada tabel bahwa nilai Sig. < 0,05 (0,000 < 0,05). Maka dapat disimpulkan **Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Pelayanan (X4) dan Tempat (X5) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).**

5. ANALISIS DETERMINASI (R^2)

Uji determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji determinasi penelitian ini adalah sebagai berikut.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,753 ^a	,566	,543	1,686

a. Predictors: (Constant), Tempat, Promosi, Produk, Harga, Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, variabel independen (Y) dipengaruhi oleh variabel independen (X) sebesar 0,543 atau 54,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel independen yang diteliti.

6. PEMBAHASAN DAN PENARIKAN KESIMPULAN

a. Rumusan Masalah

- 1) Apakah produk, harga, promosi, pelayanan dan tempat/lokasi berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas?

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349,187	5	69,837	24,557	,000 ^b
	Residual	267,323	94	2,844		
	Total	616,510	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Tempat, Promosi, Produk, Harga, Pelayanan

Berdasarkan hasil uji f (uji simultan) diketahui bahwa variabel independen (Produk, Harga, Promosi, Pelayanan, dan Tempat/Lokasi) memiliki nilai signifikansi sebesar **0,000**. Jika nilai Sig. < 0,05 maka artinya variabel Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Pelayanan (X4) dan Tempat (X5) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

- 2) Apakah produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas?

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,517	1,732		,876	,383		
Produk	,185	,073	,202	2,535	,013	,725	1,379
Harga	,130	,088	,126	1,475	,144	,630	1,586
Promosi	,100	,061	,134	1,633	,106	,682	1,466
Pelayanan	,106	,102	,101	1,045	,299	,491	2,038
Tempat	,415	,076	,440	5,458	,000	,709	1,410

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa variabel produk (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar **0,013** serta nilai t_{hitung} sebesar **2,535**. Maka artinya variabel produk (X1) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

- 3) Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas?

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,517	1,732		,876	,383		
Produk	,185	,073	,202	2,535	,013	,725	1,379
Harga	,130	,088	,126	1,475	,144	,630	1,586
Promosi	,100	,061	,134	1,633	,106	,682	1,466
Pelayanan	,106	,102	,101	1,045	,299	,491	2,038
Tempat	,415	,076	,440	5,458	,000	,709	1,410

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa variabel harga (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar **0,144** serta nilai t_{hitung} sebesar **1,475**. Maka artinya variabel harga (X2) secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

- 4) Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas?

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,517	1,732		,876	,383		
	Produk	,185	,073	,202	2,535	,013	,725	1,379
	Harga	,130	,088	,126	1,475	,144	,630	1,586
	Promosi	,100	,061	,134	1,633	,106	,682	1,466
	Pelayanan	,106	,102	,101	1,045	,299	,491	2,038
	Tempat	,415	,076	,440	5,458	,000	,709	1,410

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa variabel promosi (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar **0,106** serta nilai t_{hitung} sebesar **1,633**. Maka artinya variabel promosi (X3) secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

- 5) Apakah pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas?

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,517	1,732		,876	,383		
	Produk	,185	,073	,202	2,535	,013	,725	1,379
	Harga	,130	,088	,126	1,475	,144	,630	1,586
	Promosi	,100	,061	,134	1,633	,106	,682	1,466
	Pelayanan	,106	,102	,101	1,045	,299	,491	2,038
	Tempat	,415	,076	,440	5,458	,000	,709	1,410

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa variabel pelayanan (X4) memiliki nilai signifikansi sebesar **0,299** serta nilai t_{hitung} sebesar **1,045**. Maka artinya variabel pelayanan (X4) secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

- 6) Apakah tempat/lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas?

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,517	1,732		,876	,383		
	Produk	,185	,073	,202	2,535	,013	,725	1,379
	Harga	,130	,088	,126	1,475	,144	,630	1,586
	Promosi	,100	,061	,134	1,633	,106	,682	1,466
	Pelayanan	,106	,102	,101	1,045	,299	,491	2,038
	Tempat	,415	,076	,440	5,458	,000	,709	1,410

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa variabel tempat (X5) memiliki nilai signifikansi sebesar **0,000** serta nilai t_{hitung} sebesar **5,458**. Maka artinya variabel tempat (X5) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui produk, harga, promosi, pelayanan dan tempat/lokasi berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas.

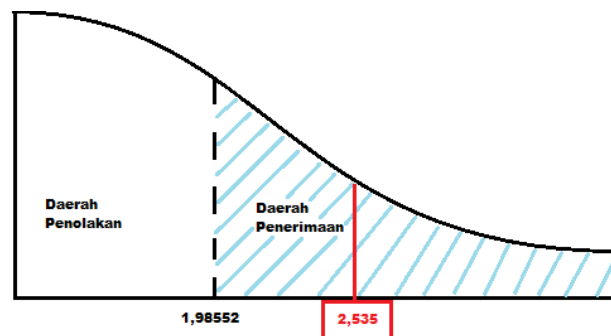
Hasil analisis:

Produk, harga, promosi, pelayanan dan tempat/lokasi **berpengaruh simultan** terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas.

Hipotesis (Ho) ditolak, (Ha) diterima.

2. Untuk mengetahui produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas?

Hasil analisis:

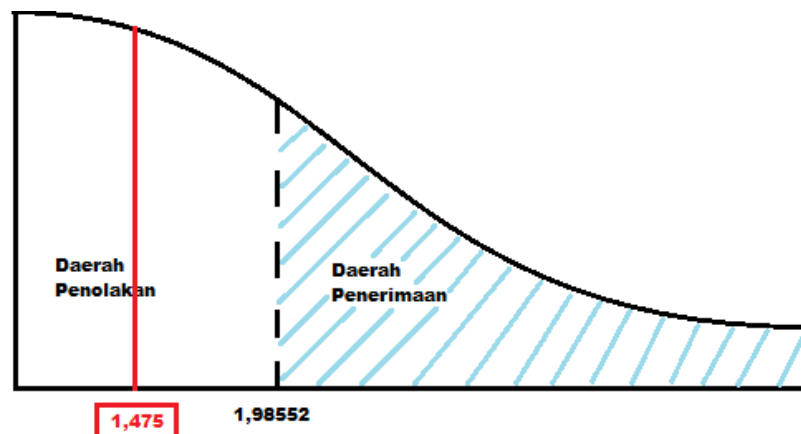


Produk **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas.

Hipotesis (Ho) diterima

3. Untuk mengetahui harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas?

Hasil analisis:

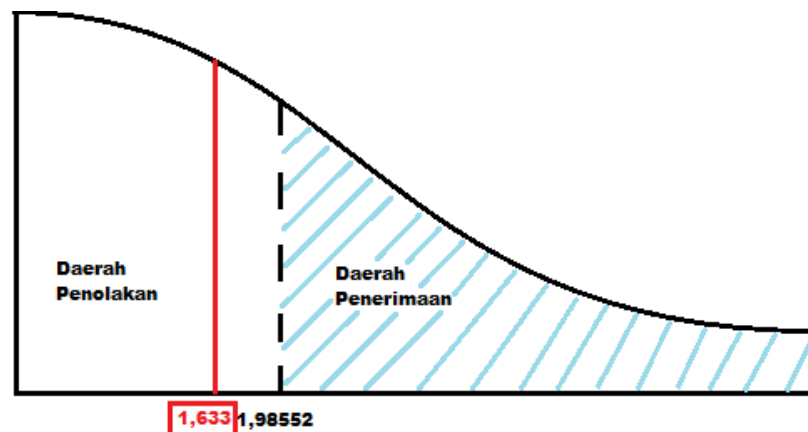


Harga **berpengaruh positif namun tidak signifikan** terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas.

Hipotesis (Ho) diterima, (Ha) ditolak.

4. Untuk mengetahui promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas?

Hasil analisis:

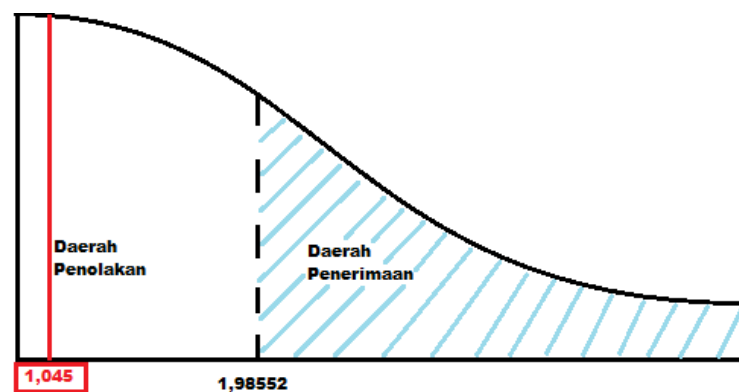


Promosi **berpengaruh positif namun tidak signifikan** terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas.

Hipotesis (Ho) diterima, (Ha) ditolak.

5. Untuk mengetahui pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas?

Hasil analisis:

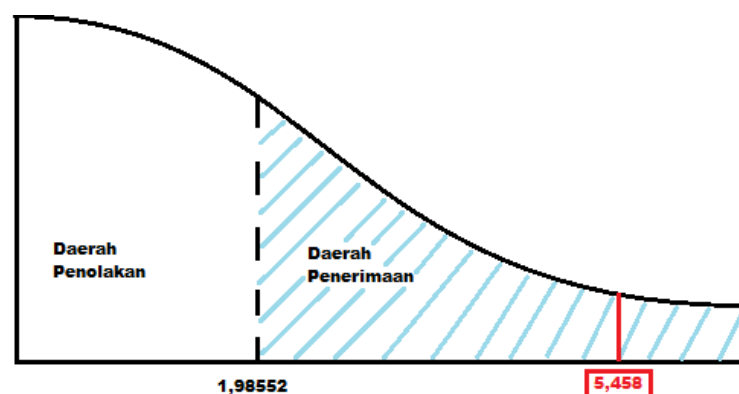


Pelayanan **berpengaruh positif namun tidak signifikan** terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas.

Hipotesis (Ho) diterima, (Ha) ditolak.

6. Untuk mengetahui tempat/lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas?

Hasil analisis:



Tempat/lokasi **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap keputusan pembelian pada minimarket dengan brand kampus di Kabupaten Banyumas.

Hipotesis (Ho) ditolak, (Ha) diterima.