

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN ATMOSFER
TOKO TERHADAP VOLUME PENJUALAN
DI MAJU BERSAMA DENAI**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis oleh :
Calvin
181010284**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2022**

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
ATMOSFER TOKO TERHADAP VOLUME
PENJUALAN DI MAJU BERSAMA DENAI

Nama : Calvin

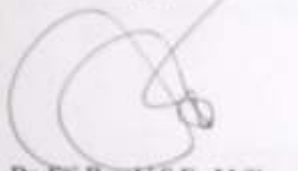
NIM : 181010284

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing

Pembimbing I,



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

Pembimbing II,



Dra. Pesta Gultom, M.M.
NIDN : 0117126501

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
ATMOSFER TOKO TERHADAP VOLUME
PENJUALAN DI MAJU BERSAMA DENAI

Nama : Calvin

NIM : 181010284

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Pada Tanggal 2 Juni 2022
Dewan Penguji

Penguji I : Hengky Kosasih, BA (Hons), M.M., M.BA. (
NIDN : 0120108001

Penguji II : Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
NIDN : 0127117801

STIE Eka Prasetya,
Ketua

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Calvin
NIM	181010284
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko Terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Dr. Sri Rezeki S.E., M.Si.
Pembimbing-II	Dra. Pesta Gultom, M.M.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 2 Juni 2022



Calvin
181010284

STIE Eka Prasetya Medan

Kata Pengantar

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI MAJU BERSAMA DENAI” sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan perharagaan dan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST. M.M.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Herry Andipoh, B.Comm
5. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
6. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
7. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.

8. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M., S.E., M.M.
 9. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
 10. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman – teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moral, material maupun spiritual
- Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

Medan, 11 Februari 2022

Penulis



Calvin

ABSTRAK

Calvin, 181010284, 2022, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I : Dr. Sri Rezeki.S.E., M.Si., Pembimbing II : Dra. Pesta Gultom, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai, mengetahui pengaruh Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai, mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja selama tahun 2021 yang angkanya tidak dapat diperoleh. Dengan demikian maka jumlah sampel yang dipakai adalah berdasarkan teori dari Hair et al (2017) yang menyatakan bahwa disaat jumlah populasi tidak dapat diperoleh maka jumlah sampel yang dipakai adalah 10 kali dari jumlah indikator penelitian. Dalam penelitian ini jumlah indikator yang dimiliki adalah 12, maka dari itu jumlah sampel yang dipakai adalah 120 orang. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan $\text{Volume Penjualan} = 4.595 + 0,263 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,228 \text{ Atmosfer Toko} + e$. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} (3,873) > \text{dari } t_{tabel} (1,987)$. Hasil analisis menunjukkan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Atmosfer Toko di Maju Bersama Denai berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu $t_{hitung} (3,454) > t_{tabel} (1,987)$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai berdasarkan hasil uji hipotesis secara stimulant yaitu sebesar $f_{hitung} (12,799) > f_{tabel} (3,07)$. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai $R^2 = 0,180$ artinya variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko sebesar 18%. Sedangkan 82% sisanya dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti lokasi, harga, kualitas produk dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Atmosfer Toko, Volume Penjualan.

ABSTRAC

Calvin, 181010284, 2022, Effect of Service Quality and Store Atmosphere on Sales Volume in Maju Bersama Denai, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I : Dr. Sri Rezeki.S.E., M.Si., Supervisor II : Dra. Pesta Gultom, M.M.

This study aim to determine the effect of Service Quality on Sales Volume in Maju Bersama Denai, knowing the effect of Store Atmosphere on Sales Volume in Maju Bersama Denai. Knowint the effect of Service Quality and Store Atmosphere on Sales Volume in Maju Bersama Denai. The research methodology used is descriptive quantitive method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers, Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary Data is obtained from the results of distributing questionnaires to respondent, secondary data is obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all customer who make purchase durin 2021 which the number can't be obtained. In which case the number of sample are according to Hair et al (2017) theory that said in which case when the number of population can't be obtain then the number of sample that being use is 10 times the number of research indicator, in which cae the number of sample that this research have is 12, in which case the total of sample that is used were 120. Data were analyzed using multiple linear regression anlaysis method. The result of the analysis give the equation of Sales Volume = $4,595 + 0.263$ Services Quality + $0,228$ Store Atmosphere + e. The result s of the research analysis show that Services Quality has a positive and significant influence on Sales Volume in Maju Bersama Denai based on the results of partial hypothesis testing, namely $t_{\text{count}} (3,873) > \text{dari } t_{\text{table}} (1,987)$. The results of the analysis show that Store Atmosphere has a positive and significant efeect on Sales Volume in Maju Bersama Denai based on the results of partial hypothesis testing, namely $t_{\text{count}} (3,454) > t_{\text{table}} (1,987)$. The results show that Services Quality and Store Atmosphere hae a positive and significant effect on Sales Volume in Maju Bersama Denai based on the results of simultaneous hypothesis testing, namely $f_{\text{count}} (12,799) > f_{\text{table}} (3,07)$. The result of this study are supported by the value of R square (R^2) = 0,180 meaning the Sales Volume variable can be explained by Services Quality and Store Atmosphere variable by 18%. Meanwhile the rest 82% influenced by other factors that came form outside this research model like location, price, product quality and others variable.

Keywords : Services Qualtiy, Store Atmosphere, Sales Volume.

MOTTO

“Tak apa untuk merayakan kesuksesan tapi lebih penting untuk memperhatikan pelajaran tentang kegagalan.”

(Bill Gates)

“kesuksesan tergantung pada persiapan sebelumnya. Tanpa persiapan pasti akan gagal.”

(Confucius)

“Kekuatan dan kepintaran adalah modal. Tapi tidak ada yang lebih dahsyat dari keberanian dan ketekunan.”

(Merry Riana)

“Keberhasilan bukan milik orang pintar. Keberhasilan milik mereka yang terus berusaha.”

(B.J. Habibie)

Persembahan

Terimakasih kepada kampus STIE Eka Prasetya yang memberikan pernyataan yang tidak sesuai dengan kriterianya.

Didalam pembuatan skripsi tidak lah rumit yang sangatlah rumi hanyalah mencari para dosen untuk mendapatkan acc.

Terimakasih juga kepada beberapa dosen – dosen yang mengerti penderitaan ktia dan selalu mau membantu walupun beda jurusan.

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN PLAGIARISME	
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	1
<u>1.1 Latar Belakang Masalah</u>	1
<u>1.2. Indentifikasi Masalah</u>	5
<u>1.3. Batasan Masalah</u>	5
<u>1.4 Rumusan Masalah</u>	6
<u>1.5. Tujuan Penelitian</u>	6

<u>1.6. Kegunaan Penelitian</u>	7
<u>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU</u>	8
<u>2.1. Tinjauan Pustaka</u>	8
<u>2.1.1. Teori Volume Pejualan</u>	8
<u>2.1.1.1. Definisi Volume Penjualan</u>	8
<u>2.1.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan</u>	9
<u>2.1.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan</u>	12
<u>2.1.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Atmosfer Toko</u>	15
<u>2.2. Penelitian Terdahulu</u>	18
<u>2.3. Kerangka Penelitian</u>	20
<u>2.4. Hipotesis</u>	20
<u>BAB III</u>	21
<u>METODOLOGI PENELITIAN</u>	21
<u>3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian</u>	21
<u>2.1.4. 3.1.1. Lokasi Penelitian</u>	21
<u>3.1.2. Waktu Penelitian</u>	21
<u>3.2. Jenis Dan Sumber Data Penelitian</u>	21
<u>3.2.1. Jenis Data</u>	21
<u>3.3. Populasi dan Sampel</u>	23
<u>3.3.1. Populasi</u>	23

<u>3.3.2. Sampel</u>	23
<u>3.4. Defenisi Opersional Variabel Penelitian</u>	24
<u>3.5. Teknik Pengumpulan Data</u>	25
<u>3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas</u>	27
<u>3.6.1. Uji Validitas</u>	27
<u>3.6.2. Uji Reliabilitas</u>	27
<u>3.7. Teknik Analisis Data</u>	28
<u>3.7.1. Uji Asumsi Klasik</u>	28
<u>3.7.1.1 Uji Normalitas</u>	28
<u>3.7.1.2. Uji Multikolinearitas</u>	29
<u>3.7.1.3 Uji Heteroskedasitas</u>	30
<u>3.8. Analisis Regresi Linier Berganda</u>	31
<u>3.9. Uji Hipotesis</u>	32
<u>3.9.1 Uji t (Uji Parsial)</u>	32
<u>3.9.2 Uji F (Uji Simultan)</u>	33
<u>3.9.3. Uji R² (Koefisien Determinasi)</u>	34
<u>BAB IV</u>	35
<u>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>	35
<u>4.1. Gambaran Umum Penelitian</u>	35
<u>4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan</u>	35

<u>4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan</u>	35
<u>4.1.2.1 Visi</u>	35
<u>4.1.2.2 Misi</u>	35
<u>4.1.3. Struktur Organisasi</u>	36
<u>4.2. Hasil Penelitian</u>	39
<u>4.2.1 Karakteristik Responden</u>	39
<u>4.2.2 Uji Validitas dan Realibilitas</u>	42
<u>4.2.3. Uji Asumsi Klasik</u>	47
<u>4.2.3.1.Uji Normalitas</u>	47
<u>4.2.3.2. Uji Multikolinearitas</u>	51
<u>4.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas</u>	52
<u>4.2.4 Teknik Analisis Data</u>	53
<u>4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda</u>	53
<u>4.2.4.2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)</u>	55
<u>4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Stimulan (Uji F)</u>	
58	
<u>4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)</u>	60
<u>4.3. Pembahasan</u>	61
<u>BAB V</u>	63
<u>KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS</u>	63

<u>5.1.</u>	<u>Kesimpulan</u>	63
<u>5.2.</u>	<u>Implikasi Manajerial</u>	64
<u>5.3.</u>	<u>Saran Akademis</u>	66

DAFTAR PUSTAKA

SURAT IZIN RISET

SURAT BALASAN RISET

FOTOCOPY KARTU SEMINAR PROPOSAL

FOTOCOPY KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel jenis pelayanan di Maju Bersama Denai	2
Tabel 1.2 Tabel penjualan di Maju Bersama Denai	4
Tabel 2.1 Tabel Penelitian terdahulu	18
Tabel 3.1 Tabel Defenisi Operasional Variabel Penelitian	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Frekuensi Membeli.....	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	42
Tabel 4.5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1).....	43
Tabel 4.6 Uji Validitas Atmosfer Toko (X_2).....	44
Tabel 4.7 Uji Validitas Volume Penjualan (Y).....	45
Tabel 4.8 Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1).....	46
Tabel 4.9 Uji Realibilitas Variabel Atmosfer Toko (X_2).....	46
Tabel 4.10 Uji Realibilitas Variabel Volume Penjualan (Y).....	47
Tabel 4.11 <i>One Sample Kolmogorov - Smirnov Test</i>	50
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Multikolienaritas.....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Parsial (Uji-t).....	56

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Serempak (Uji-F).....59

Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Lorong dalam Store 1	3
Gambar 1.2 Gambar Lorong dalam Store 2	3
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	36
Gambar 4.2 Grafiik Histogram.....	48
Gambar 4.3 Normal Probablitiy Plot of Regression.....	49
Gambar 4.4 Uji Heterijedastisitas <i>Scatterplot</i>	52

DAFTAR Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Data Kuesioner

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Validitas Atmosfer Toko (X2)

Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Lampiran 6 : Hasil Uji Reliabilitas Atmosfer Toko (X2)

Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Validitas Volume Penjualan (Y)

Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas Volume Penjualan (Y)

Lampiran 9 : Hasil Uji Normalitas

Lampiran 10 : Hasil Uji Heterokedastisitas Grafik Scatterplot

Lampiran 11 : Hasil Uji Analisis Regresi Linear

Lampiran 12 : Tabel Data R

Lampiran 13 : Tabel Data T

Lampiran 14 : Tabel Data F

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri ritel modern saat ini berkembang sangat pesat di Indonesia, banyak pelaku bisnis baik dari dalam dan luar negeri yang bersaing secara ketat dalam menawarkan berbagai pilihan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Menurut Asosiasi Perusahaan Ritel Indonesia (Aprindo), pertumbuhan penjualan bisnis ritel di Indonesia berada di antara 10% - 15% per tahun. Pertumbuhan penjualan ritel pada tahun 2006 masih sebesar Rp 49 triliun dan melesat hingga mencapai Rp 200 triliun pada tahun 2016, naik sekitar 11% dari tahun 2015 atau sekitar Rp 181 triliun.

Pesatnya perkembangan bisnis ritel di Indonesia tersebut memicu terjadi persaingan yang ketat antar pelaku usaha ritel. Di sisi lain, ketatnya persaingan terjadi karena sifat usaha ritel yang sangat sulit untuk melakukan diferensiasi dan hambatan masuk (*entry barrier*) dalam usaha ritel sangatlah rendah, di samping fakta bahwa pertumbuhan bisnis ritel akhir –akhir ini juga meningkat sangat tajam. Situasi persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan juga menyulitkan bagi perusahaan untuk merebut pangsa pasar pesaing, oleh karena pelaku usaha ritel dituntut untuk bisa merumuskan strategi agar mampu bersaing dengan usaha ritel sejenisnya.

PT. Maju Bersama merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis ritel. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang berdiri sejak tahun 1989, telah berkembang dan memiliki beberapa outlet di beberapa kota Medan. Lokasi

tersebut adalah Maju Bersama Glugur, Maju Bersama Mangkubumi, Maju Bersama Marendal, Maju Bersama Krakatau, Maju Bersama Merak Jingga, Maju Bersama Medan Mall, Maju Bersama Katamso, Maju Bersama Denai, Maju Bersama Letda Sudjono, Maju Bersama Kapten Muslim, Nahy Bersana Martubung dan Maju Bersama MMTC. Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah konsumen Maju Bersama Denai yang Jalan Denai no.245, Medan Denai, Sumatera Utara.

Di Maju Bersama setiap harinya memiliki beragam promo yang bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk berbelanja. Di Maju Bersama juga diisi oleh berbagai staff dan karyawan yang bekerja di Maju Bersama. Staff dan karyawan tersebut memiliki pengetahuan yang luas akan produk – produk yang mereka tanggung jawabkan. Gerai – gerai di Maju Bersama juga memiliki bentuk – bentuk *interior* dan *exterior* yang tidak jauh berbeda.

Hasil survey awal penulis, yang melihat langsung ke lapangan dan mewawancarai beberapa orang konsumen ketika belanja di Maju Bersama Denai yang mengatakan bahwa mereka masih kurang puas akan pelayanan – pelayanan yang diberikan oleh staf Maju Bersama Denai. Adapun jenis pelayanan yang ada di Maju Bersama Denai ada pada tabel 1.1. berikut ini.

Tabel 1.1

Tabel Jenis Pelayanan di Maju Bersama Denai

No	Jenis Pelayanan
1	Kasir
2	Customer Service
3	Pramuniaga
4	Parkir

Pelayanan yang diberikan oleh Maju Bersama Denai memiliki berbagai jenis. Kasir di Maju Bersama Denai bertujuan untuk melayani konsumen disaat mereka ingin membayar barang yang mereka beli. *Customer Service* bertujuan untuk membantu konsumen apabila konsumen memiliki pertanyaan seputar dengan Maju Bersama Denai. Pramuniaga memiliki tujuan untuk menjawab pertanyaan konsumen seputar produk yang mereka jaga. Parkir di Maju Bersama Denai bertujuan untuk memberikan tempat bagi kendaraan konsumen untuk diletak dan menajaga agar kendaraan tersebut tidak terjadi sesuatu disaat konsumen sedang berbelanja didalam store. Akan tetapi terkadang karyawan Maju Bersama Denai belum bisa memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan fungsi masing – masing. Masalah yang ada seperti masih minimnya jumlah kasir yang ada disana walaupun tempat kasir disana terbilang banyak. Terkadang juga *customer service* disana tidak ada disaat konsumen sedang membutuhkan. Pramuniaga juga masih memiliki pengetahuan akan produk yang masih terbilang kurang.



Gambar 1.1



Gambar 1.2

Tata letak produk di Maju Bersama Denai juga dapat dikatakan belum sempurna. Dapat dilihat dari gambar 1.1. bahwa letak papan letak jenis barang berada di posisi yang tinggi. Hal ini membuat konsumen tidak nyaman dalam melihat papan tersebut. Hal ini juga membuat papan tersebut mudah untuk tidak terlihat oleh konsumen. Dari gambar 1.1. juga dapat dilihat bahwa papan spanduk produk barang menutupi papan jenis barang yang membuat tulisan dipapan tidak dapat terlihat. Dari Gambar 1.2. dapat terlihat bahwa beberapa lorong barang di Maju Bersama Denai masih terisi oleh stock barang yang membuat konsumen kesulitan dalam memperoleh produk yang ada dilorong tersebut.

Data penjualan Maju Bersama Denai selama 4 tahun mulai tahun 2017 – 2020 ada pada tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2
Tabel Penjualan Maju Bersama Denai
Tahun 2017 – 2020

Tahun	Penghasilan	Persentase Kenaikan / Penurunan
2017	Rp. 2.832.449.000	-
2018	Rp. 3.126.039.900	+ 10,365 %
2019	Rp. 2.789.805.000	-10,755 %
2020	Rp. 2.968.209.100	+ 6,395%

Dari tabel 1.2. di atas dapat dilihat bahwa selama 4 tahun terakhir data penjualan di Maju Bersama Denai naik turun atau terbilang bersifat fluktuatif. Dari data penjualan dapat terlihat bahwa pada tahun 2018 penjualan di Maju Bersama Denai naik sebanyak 10,365 % dari tahun 2017. Dari data penjualan terlihat

bahwa pada tahun 2019 terlihat terjadi penurunan penjualan sebesar 10,755 % dari tahun 2018. Dari data penjualan pada tahun 2020 terlihat bahwa terjadinya kenaikan sebesar 6,395 % dari tahun 2019. Dalam hal ini peneliti berspekulasi bahwa penyebab turun naiknya penghasilan tersebut diakibatkan kualitas pelayanan yang berganti – ganti mengingat selama beberapa tahun terakhir besarnya frekuensi keluar masuknya staf di Maju Bersama Denai. Peneliti juga berspekulasi bahwa Atmosfer toko yang kurang nyaman memiliki dampak yang signifikan terhadap turun naiknya penghasilan Maju Bersama Denai. Dari analisis tabel 1.1 di atas maka peneliti akan melakukan penelitian didasarkan faktor Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko.

1.2. Identifikasi Masalah

Peneliti mengidentifikasi terjadinya penghasilan yang fluktuatif karena :

1. Disinyalir Kualitas pelayanan Maju Bersama Denai yang belum dapat memuaskan konsumen.
2. Disinyalir Atmosfir Toko Maju Bersama Denai yang masih kurang memuaskan membuat pembeli merasa kurang nyaman.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan inentifikasi masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada Kualitas Pelayana (X1), Atmosfer Toko (X2) dan Volume Penjualan (Y). Penelitian ini dilakukan di Maju Bersama Denai Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai ?
2. Apakah Atmosfer Toko berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Atmosfer toko berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai ?

1.5. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh perusahaan, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai
2. Untuk mengetahui pengaruh Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai
3. Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai

1.6. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Sebagai dasar untuk membantu manajemen perusahaan dalam upaya meningkatkan Volume Penjualan di Maju Bersama Denai.

2. Bagi Akademis

Sebagai sumber informasi dan referensi bagi para peneliti lainnya yang berkenan dengan penelitian yang sama dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan, khususnya program studi strata – 1 Manajemen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Teori Volume Pejualan

2.1.1.1. Definisi Volume Penjualan

Menurut Asri dalam Karim (2014:423), “Volume Penjualan adalah jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam satu periode tertentu. Jadi Volume Penjualan dapat dikatakan sebagai hasil kegiatan penjualan yang diukur dengan satuan”. Dan menurut Rahkuti (2010 : 57), “Volume Penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjalan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan”. Sedangkan Kotler (2016) mengatakan “Volume Penjualan merupakan jumlah penjualan yang dapat dicapai dalam periode tertentu, agarp erusahaan dapat mencapai tujuannya, maka Volume Penjualan ini harus terus ditingkatkan dan tidak akan secara teratur membeli cukup banyak produk – produk yang ditawarkan oleh organisasi tertentu”.

Francis Tantri dan Thamrin (2016:3) mengatakan “Penjualan adalah bagian dari promis dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran”. Dan menurut Ngalimun, dkk (2019:229), “Volume Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan sehingga Penjualan

memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan”.

Dari definisi di atas peneliti menyimpulkan bahwa “Volume Penjualan adalah fungsi penting dari perusahaan yang bertujuan untuk melihat kegiatan penjualan perusahaan”.

2.1.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Faktor – faktor yang mempengaruhi Volume Penjualan (Ngalimun:2019) :

1. Produk

Produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen.

2. Harga

Harga merupakan hal hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran.

3. Promosi

Promosi adalah aktivitas – aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi – informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang – barang serta jasa – jasa yang ditawarkan.

4. Tempat

Tempat merupakan salah satu variabel yang penting untuk meningkatkan

volume penjualan. Tempat mengacu pada suatu tempat bagi pelanggan untuk lebih mudah mengaksesnya dan mendapatkannya. Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

2.1.1.3 Indikator Volume Penjualan

Menurut Ngilimun, dkk (2019:229), terdapat beberapa indikator dari Volume Penjualan :

1. Mencapai Volume Penjualan

Suatu perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik untuk dapat memasarkan produknya kepada masyarakat, strategi yang baik dan matang berguna untuk mencapai target penjualan. Kemampuan perusahaan menjual produknya menentukan keberhasilan dan tingkatan penjualan yang dicapai oleh perusahaan.

2. Mendapatkan Laba

Perusahaan harus memiliki kemampuan dalam mendapatkan profit yang besar sehingga investor dapat menanamkan modalnya. Penanaman modal yang dilakukan investor berguna untuk memperluas usaha perusahaan. Hal ini harus dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mencapai target laba sehingga perusahaan mendapatkan profit yang signifikan.

3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Perusahaan memiliki kemampuan dalam menjual produk yang dapat meningkatkan Volume Penjualan. Hal ini berguna bagi perusahaan dalam menunjang pertumbuhan perusahaan. Sehingga keberlangsungan perusahaan dapat bertahan di tengah persaingan antar perusahaan.

2.1.2. Teori Kualitas Pelayanan

2.1.2.1. Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis & Booms, dkk dalam Atmaja (2018:50) mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dan Alinaung (2018) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Alma (2016) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan dalam hal mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan oleh perusahaan. Dari kedua pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Produk atau jasa dapat disebut berkualitas apabila telah memenuhi dan melampaui

harapan pelanggan, serta memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya untuk mengimbangi harapan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian.

Menurut Zeithaml yang dikutip oleh Sudarso (2016: 57), “Kualitas Pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi konsumen atas interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya”. Sedangkan Fandy Tjiptono (2015:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah :“ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

Dari definisi para ahli di atas peneliti menyimpulkan bahwa : “Kualitas Pelayanan adalah tingkat layanan yang dilakukan toko dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dimana hal tersebut dapat diukur oleh konsumen”.

2.1.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Faktor - faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan (Fandy Tjiptono (2015:198) adalah :

1. Ekspektasi Pelanggan

Ekspektasi Pelanggan merupakan keadaan disaat konsumen masuk ke dalam toko dan mereka mempunyai pemikiran tersendiri akan isi toko tersebut. Pemikiran ini yang nantinya akan menjadi dasar konsumen dalam menilai isi toko. Setelah melihat exterior dan interior toko maka konsumen akan melakukan penilaian didasarkan pemikiran mereka tersebut.

2. Tingkat Layanan

Tingkat Layanan meliputi berbagai bentuk fasilitas yang diberikan untuk konsumen serta cara karyawan toko dalam melakukan pelayanan kepada konsumen.

2.1.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry dalam Hardiansyah (2011 : 46) terdapat 5 indikator kualitas layanan yang terkenal dengan singkatan TERRA yaitu :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik yang ada pada perusahaan tersebut seperti perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, penampilan karyawan pun dapat digolongkan sebagai bukti fisik.

2. Empati

bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

3. Keandalan (*Reliability*)

berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan sekecil apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

4. Daya tanggap (*Responsiveness*)

berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

5. Jaminan (*Assurance*)

perilaku para karyawan mampu menumbuhkan Atmosfer Toko pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan.

2.1.3. Teori Atmosfer Toko

2.1.1.3. Definisi Atmosfer Toko

Menurut Levy dan Weitz (2012), store atmosphere atau lingkungan toko merupakan suasana atau lingkungan toko yang bisa menstimulasi lima indra konsumen dan mempengaruhi persepsi dan emosional konsumen terhadap. Sedangkan menurut Kotler (2012 : 244), Atmosfer adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasaran dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli.

Menurut Kartika dan Syhputra dalam Isandari dan Sunarti (2018), *Store Atmosphere* adalah suatu kombinasi karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata

ruang, papan tanda dan pajangan, pewarnaan, pencahayaan suhu udara, suara dan aroma yang mana karakteristik tersebut saling bekerja sama untuk menciptakan citra perusahaan di dalam benak pelanggan. Dan berdasarkan teori dari Utami dalam Prasetyo, Yulianto dan Kumandji (2016), Store atmospherr adalah penciptaan suasana lingkungan melalui koneksi visual, pencahayaan, warna, musik dan aroma untuk merancang respon emosional dan perseptual pelanggan dan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli.

Menurut Berman and Evan (2018:464), atmosfir mengacu kepada karakteristik fisik toko yang digunakan untuk membangun kesan dan untuk menarik pelanggan. Dari defenisi para ahli di atas peneliti menyimpulkan “Atmosfer Toko adalah bentuk dari toko baik dari luar maupun dalam yang dilihat oleh konsumen yang menjadi nilai dari konsumen terhadap toko tersebut”.

2.1.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Atmosfer Toko

Faktor-faktor yang berpengaruh dalam menciptakan suasana toko menurut Berman dan Evan (2018) yang dikutip dari Lamb et Al dapat disimpulkan yaitu:

1. Karyawan

Karakteristik umum karyawan. Sebagai contoh, rapi, ramah, berwawasan luas atau berorientasi pada pelayanan. Universitas Sumatera Utara

2. Jenis perlengkapan tetap fixture

Perlengkapan tetap bisa elegan terbuat dari kayu jati, trendi dari krom dan kaca tidak tembus pandang. Perlengkapan tetap harus konsisten dengan suasana umum yang ingin diciptakan.

3. Musik

bunyi suara bisa menyenangkan atau menjengkelkan bagi seorang konsumen. Musik juga bisa membuat konsumen tinggal lebih lama di toko dan menarik atau mengarahkan perhatian konsumen.

4. Aroma

bau bisa merangsang maupun mengganggu penjualan. Penelitian menyatakan bahwa orang-orang menilai barang dagangan secara lebih positif, menghabiskan waktu yang lebih untuk berbelanja, dan umumnya bersuasana hati lebih baik bila ada aroma yang dapat disetujui. Para pengecer menggunakan wangi-wangian sebagai perluasan dari strategi eceran.

5. Faktor Visual

Warna dapat menciptakan suasana hati atau memfokuskan perhatian. Warna merah, kuning, dan orange dianggap sebagai warna yang hangat dan kedekatan diinginkan. Warna-warna yang menunjukkan seperti biru, hijau, dan violet digunakan untuk membuka tempat-tempat yang tertutup dan menciptakan suasana yang elegan dan bersih.

2.1.3.3 Indikator Atmosfer Toko

Menurut Berman dan Evans (2013 : 27 - 29) yang dikutip oleh Geraldo Fransiskho,dkk, store atmosphere memiliki indikator - indikator yang berpengaruh terhadap susunan toko yaitu :

1. Exterior

Exterior sebuah toko mempunyai pengaruh yang kuat terhadap image toko dan harus direncanakan secara matang. Konsumen terkadang menilai sebuah toko dari bagian depannya. Bagian depan sebuah toko merupakan keseluruhan physical exterior dari sebuah toko. Yang termasuk physical exterior dari sebuah toko. Yang termasuk dalam exterior adalah pintu masuk, etelase, teras, papa nama, toko dan konstruks material lainnya.

2. General Interior

General Interior adalah sebagai motif konsumen masuk toko, hendaknya memperoleh kesan yang menyenangkan. Kesan ini dapat diciptakan misalnya dengan warna dinding toko yang menarik, musik yang diperdengarkan, serta aroma atau bau dan udara di daerah toko.

3. Store Layout

Perencanaan store layout meliputi peralatan penempatan ruang untuk mengisi luas lantai yang tersedia, mengklasifikasikan produk yang akan ditawarkan, pengaturan lalu lintas di dalam toko, pengaturan lebar ruang yang dibutuhkan, pemetaan ruang toko dan menyusun produk yang ditawarkan secara individu.

4. Interior Point Of Purchase (POP) Display

Interior Point Of Purchase (POP) Display sangat penting bagi suasana toko karena memberikan informasi kepada konsumen. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan penjualan dan laba toko.

2.2. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini peneliti menggunakan referensi dari penelitian terdahulu seperti pada tabel 2.2. berikut ini :

Tabel 2.1

Daftar Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Indra Sasangka, Rahmat Rusmayadi (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan pada Minimart'90 Bandung – ISSN : 2541-5255)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan pada Minimart'90 Bandung	Variabel Independen X : Kualitas Pelayanan Variabel Dependen : Y : Volume Penjualan	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara Positif terhadap Volume Penjualan terhadap Mini Market Minimart'90 Bandung
2	Rimayang Anggun Laras Prastianty Ramli, Rudi Yanto Batara silahi (2020) (Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan mobil	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan mobil	Variabel Independen X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga X3 : Kualitas	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas

- | | | | | |
|---|--|---|---|---|
| | Toyota Yaris di wilayah Batam – P-ISSN : 2252-5262, E-ISSN : 2641-499,) | Toyota Yaris di wilayah Batam | Kualitas Produk | Produk berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan pada mobil Toyota Yaris di wilayah Batam |
| | | | Variabel Dependen Y : Volume Penjualan | |
| 3 | Agus Dwi Cahya, Aramintha Jacinda Puteri, Malinda Sarah Sukma (2020)

(Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Volume Penjualan
P-ISSN : 2614-3259,

E-ISSN : 2599-3410,) | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Volume Penjualan | Variabel Independen
X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Harga

Variabel Dependen Y : Volume Penjualan | Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara Positif terhadap Volume Penjualan pada Togkleng Nglotok Yogyakarta |
| 4 | Bagus Agung Susetiyo, Sya'ad Afifuddin, Sri Fajar Ayu (2016)

(Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Volume Penjualan karet di PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) – ISSN : 1979-8164) | Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Volume Penjualan karet di PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) | Variabel Independen
X1 : Kualitas Produk
X2 : Kualitas Pelayanan
X3 : Kepuasan Pelanggan

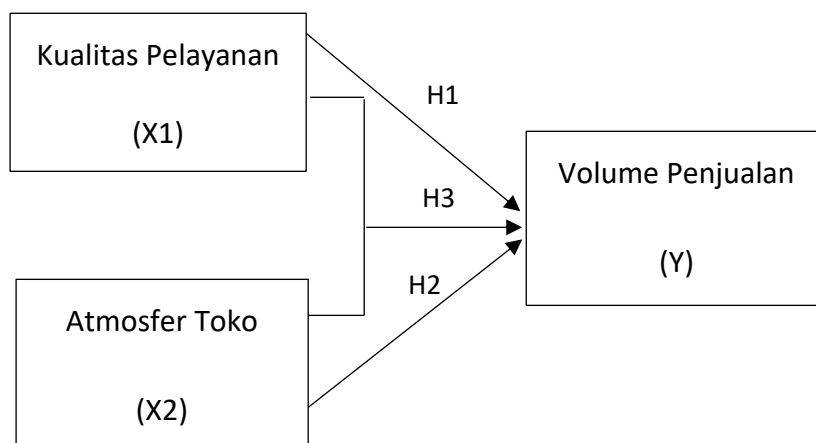
Variabel Dependen Y : Volume Penjualan | Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara Positif terhadap Volume Penjualan karet pada PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) |
| 5 | Roky Apriansyah (2018)

(Pengaruh Kualitas Pelayanan | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap | Variabel Independen
X1 : Kualitas Pelayanan | Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas |

dan Promosi terhadap Volume	Volume	X2	:	Pelayanan,
Penjualan pada PT. Prioritas	Penjualan pada	Promosi	:	Persepsi dan
Rengat	PT. Prioritas			Promosi
E-ISSN : 2621-4199)	Rengat	Variabel		berpengaruh
		Dependen	:	secara Positif
		Y	:	terhadap
		Volume		Volume
		Penjualan		Penjualan
				pada PT.
				Prioritas
				Rengat

2.3. Kerangka Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2.1

Kerangka Penelitian

2.4. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

- H1: Terdapat adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai.
- H2: Terdapat adanya pengaruh Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai.
- H3: Terdapat adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di Maju Bersama Denai, Jalan Denai no.245, Medan Denai, Sumatera Utara.

3.1.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan Maret 2022 sampai dengan Juni 2022.

3.2. Jenis Dan Sumber Data Penelitian

3.2.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu hasil penelitian yang diolah dan

dianalisis untuk diambil kesimpulannya dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang jelas mengenai gambaran objek yang diteliti.

Menurut Nana Sudjana dan Ibrahim (2001), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasari pada asumsi, kemudian ditentukan variabel, dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode-metode penelitian yang valid, terutama dalam penelitian kuantitatif.

Dalam penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari responden dalam bentuk data opini atau informasi yang didapatkan melalui penyerahan kuisioner, wawancara dan observasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pada penelitian ini untuk data primer peneliti membagikan kuesioner kepada konsumen yang pernah berbelanja berisi pernyataan di Maju Bersama Denai.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku-buku, jurnal-jurnal, dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Pada penelitian untuk data sekunder seperti data penjualan selama tahun 2017 sampai dengan 2020 dari arsip Maju Bersama Denai, dan untuk data pendukung lainnya yang berhubungan

dengan masalah penelitian ini diambil dari media elektronik, dan jurnal penelitian orang lain.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang berbelanja di Maju Bersama Denai selama tahun 2017 sampai dengan tahun 2020, yang jumlahnya tidak pasti.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012 : 118) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Hair et al (2017) jumlah minimum sampel yang sebaiknya dipakai adalah 10 kali dari jumlah seluruh panah variabel laten pada model jalur atau 10 kali dari jumlah indikator. Pada penelitian ini sampel yang didapatkan berjumlah 120. Dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik secara *random* yang mana dilakukan secara insidental.

3.4. Defenisi Opersional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko sedangkan variabel dependen adalah Volume Penjualan. Berikut defenisi opersionalisasi variabel penelitian seperti pada tabel 2.1. berikut ini :

Tabel 3.1.

Defenisi Opersional Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan	1. Bukti Fisik 2. Empati 3. Keandalan 4. Daya Tanggap 5. Jaminan	Skala Likert
Atmosfer Toko (X2)	Atmosfer Toko adalah bentuk dari toko baik dari luar maupun dalam yang dilihat oleh konsumen yang menjadi nilai dari konsumen terhadap toko tersebut	Sumber : Fandy Tjiptono (2015:198) 1 <i>Exterior</i> 2 <i>General Interior</i> 3 <i>Store Layout</i> 4 <i>Interior Point of Purchase (POP) Display</i> Sumber : Berman dan Evan (2018)	Skala Likert

Sumber : Berman dan Evan (2018:464)

Volume Penjualan (Y)	Volume Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan sehingga Penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan	1. Mencapai Volume Penjualan 2. Mendapatkan Laba 3. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan	Skala Likert
Sumber : Ngalimun,dkk (2019:229)	Sumber : Ngalimuk,dkk (2019)		

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

1. Metode Angket (Kuisisioner Terstruktur)

Menurut Sugiyono (2016 : 142). “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. “Responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban yang telah disediakan dengan skala Likert yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban mengenai

kesetujuan responden terhadap pernyataan yang dikemukakan seperti keterangan sebagai berikut :

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Ragu -Ragu (RR)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:137), “Wawancara dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil”. Dalam penelitian ini penulis melakukan komunikasi wawancara secara langsung dengan beberapa konsumen tetap yang berbelanja pada store Maju Bersama Denai Denai Medan.

3. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui buku-buku, internet dan skripsi yang berkaitan dengan penelitian.

3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.6.1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:52), “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah dan tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengumpulkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”.

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = n-2, dalam hal adalah jumlah sampel, dengan ketentuan :

1. Hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid
2. $r_{hitung} < r_{tabel}$ = tidak valid

Jika r_{hitung} pada tiap butir pernyataan lebih besar dari pada r_{tabel} dan nilai positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Suatu alat pengukur dikatakan reliable bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang reliable secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama.

Menurut Ghozali (2016:48), Uji reliabilitas yang sering digunakan adalah Cronbach Alpha. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut :

1. Cronbach's alpha < 0,6 = reliabilitas buruk

2. Cronbach's alpha 0,6 – 0,79 = reliabilitas diterima
3. Cronbach's alpha > 0,8 = reliabilitas baik

3.7. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh perlu diuji ketetapan dan kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengelolaan data dapat lebih tepat dan akurat. Maka dari itu perlu dilakukan uji asumsi klasik

3.7.1. Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian kemungkinan akan munculnya masalah dalam analisis regresi dalam mencocokkan model prediksi kedalam sebuah model yang telah dimasukan ke dalam serangkaian data, masalah ini sering disebut normalitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas.

3.7.1.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic. Metode yang handal adalah dengan melihat normal

probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dan distribusi normal.

Menurut Ghozali (2013:160-161), distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dan grafik atau melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arha garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normal.

Menurut Ghozali (2013:158). Uji statistic lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik kolgomorov-Smirnov (K-S). Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. $\text{Sig} < 0,05$ maka distribusi data tidak normal
2. $\text{Sig} \geq 0,05$ maka distribusi data normal

3.7.1.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Menurut Ghazali (2016:103), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Menurut Ghazali (2013:103), multikolinearitas dapat juga dibuat dari (1) Nilai tolerance dan lawannya (2) Variance Inflation Factor. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Menurut Ghazali (2016:103-104), nilai cut off yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance kurang dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF lebih besar dari 10.

Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2013:134) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2016:105), model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2016:134), ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas. Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di studentized. Dasar analisis :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas)
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedasititas.

3.8. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2016:94), analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan independen. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisi regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko terhadap Kepuasan Konsumen Pelayanan Wardah di Maju Bersama Denai Denai Medan. Analisis regresi berganda menggunakan bantuan perangkat lunak Stastical Product dan Server Solution (SPSS)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Volume Penjualan
 X_1 = Kualitas Pelayanan
 X_2 = Atmosfer Toko (independent varia
a = Konstanta
 b_1 = Koefisien untuk variabel Volume Penjualan
 b_2 = Koefisien untuk variabel Atmosfer Toko
e = Persentase kesalahan 5%

3.9. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Dalam statistik sebuah hasil bisa dikatakan signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor yang kebetulan, sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya.

3.9.1 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghazali (2016:97), Uji t statistic pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan.

Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$: Artinya Kualitas Pelayanan, Atmosfer Toko secara parsial tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai Medan.
2. $H_a \beta_1, \beta_2 \neq 0$: Artinya Kualitas Pelayanan, Atmosfer Toko secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai Medan.

Dalam Penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} tingkat signifikan (α) = 5%. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima
2. Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

3.9.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghazali (2016:96), Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$: Artinya Kualitas Pelayanan, dan Atmosfer Toko secara simultan tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai Medan.

2. $H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$: Artinya Kualitas Pelayanan, dan Atmosfer Toko secara simultan berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai Medan.

Dalam Penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikan (α) = 5%. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan H_a diterima
2. Jika, $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, dan H_a ditolak

3.9.3. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Menurut Ghazali (2016:95), Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Maju Bersama merupakan salah satu perusahaan ritel terbesar di kota Medan. Maju Bersama ini sendiri dinaungi oleh P.T. Prima Sahabat Bersama. Maju Bersama didirikan pertama kali di jalan Glugur yang saat ini merupakan pusat dari Maju Bersama. Sampai saat ini Maju Bersama sudah mempunyai 14 toko cabang yang tersebar luas di kota Medan. Salah satu toko tersebut adalah Maju Bersama yang berlokasi di Jalan Denai no.245, Kec. Medan Denai, Sumatera Utara. Sampai saat ini Maju Bersama Denai memiliki lebih dari 50 karyawan yang dibagi dalam berbagai divisi yang berbeda – beda tergantung kepada posisi yang dipercayakan perusahaan kepada mereka.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

4.1.2.1 Visi

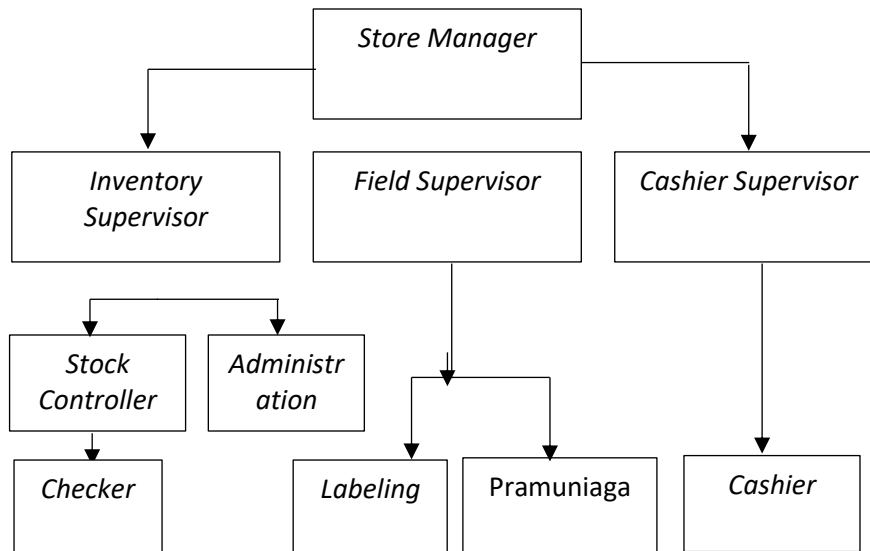
Maju Bersama mempunyai visi untuk menjadi perusahaan berbasis supermarket yang menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia.

4.1.2.2 Misi

Maju Bersama mempunyai misi untuk memberikan berbagai penawaran yang dapat menarik minat beli masyarakat Indonesia serta memberikan produk

dengan harga yang ramah dompet sehingga masyarakat Indonesia tidak akan ragu untuk berbelanja di Maju Bersama.

4.1.3. Struktur Organisasi



Gambar 4.1
Struktur Organisasi

Berikut adalah penjelasan akan tugas dari jabatan di Maju Bersama Denai seperti yang dapat dilihat pada gambar 4.1 di atas :

1. *Store Manager*

Store Manager merupakan jabatan tertinggi yang ada di store Maju Bersama Denai. *Store Manager* memiliki tugas untuk mengatur store supaya dapat memperoleh laba sesuai dengan target yang diberikan perusahaan kepada sang *Store Manager*. *Store Manager* juga bertugas dalam mengawasi semua karyawan untuk memastikan bahwa mereka sudah menjalankan tugas yang sudah dipercayaka kepada mereka dengan baik. *Store Manager* memiliki hak

untuk melakukan pemberhentian ksesepakatan kerja terhadap karyawan yang dinilai tidak menjalankan tugasnya dengan benar.

2. *Inventory Supervisor*

Inventory Supervisor merupakan jabatan tertinggi dibagian divisi gudang di Maju Bersama Denai. *Inventory Supervisor* bertugas untuk melakukan pengawasan terhadap semua karyawan di divisi gudang supaya mereka menjalankan tugasnya dengan benar. *Inventory Supervisor* memiliki hak untuk melakukan pemberhentian kontrak kerja terhadap karyawan divisi gudang yang ia rasa tidak menjalankan tugasnya dengan benar. Hal tersebut tentunya perlu persetujuan dari *Store Manager*.

3. *Field Supervisor*

Field Supervisor merupakan jabatan tertinggi dibagian divisi lapangan di Maju Bersama Denai. *Field Supervisor* bertugas untuk melakukan pengawasan terhadap semua karyawan di divisi lapangan supaya mereka menjalankan tugasnya dengan benar. *Field Supervisor* memiliki hak untuk melakukan pemberhentian kontrak kerja terhadap karyawan divisi lapangan yang ia rasa tidak menjalankan tugasnya dengan benar. Hal tersebut tentunya perlu persetujuan dari *Store Manager*.

4. *Cashier Supervisor*

Cashier Supervisor merupakan jabatan tertinggi dibagian divisi kassa di Maju Bersama Denai. *Cashier Supervisor* bertugas untuk melakukan pengawasan terhadap semua karyawan di divisi kassa supaya mereka

menjalankan tugasnya dengan benar. *Cashier Supervisor* memiliki hak untuk melakukan pemberhentian kontrak kerja terhadap karyawan divisi kassa yang ia rasa tidak menjalankan tugasnya dengan benar. Hal tersebut tentunya perlu persetujuan dari *Store Manager*.

5. *Stock Controller*

Stock Controller merupakan jabatan yang bertugas sebagai asisten dari *Inventory Supervisor*. *Stock Controller* bertugas untuk melakukan pengecekan barang di gudang untuk memastikan barang yang diterima dari supplier dalam kondisi yang layak jual. *Stock Controller* juga bertugas untuk melakukan *backup*

terhadap tugas dari karyawan gudang yang pada saat itu berhalangan hadir.

5. *Administration*

Administration merupakan jabatan di divisi gudang yang bertugas untuk melakukan input data terhadap barang yang masuk ke dalam store melalui gudang. *Administration* juga memiliki tugas untuk melakukan input data terhadap barang retur yang keluar dari gudang untuk dikembalikan kepada supplier dikarenakan berbagai alasan.

6. *Pramuniaga*

Pramuniaga merupakan jabatan di divisi lapangan yang bertugas untuk melakukan pengisian barang di pajangan store. *Pramuniaga* juga bertugas untuk

memberikan pelayanan kepada pembeli disaat mereka memiliki pertanyaan

akan barang yang ada di dalam store. Pramuniaga juga memiliki tugas untuk melakukan pengontrollan barang di pajangan store supaya barang yang ada dipajangan merupakan barang yang masih layak untuk dijual.

7. *Labeling*

Labeling merupakan jabatan di divisi lapangan yang bertugas untuk memberikan *label* harga terhadap barang di pajangan supaya konsumen dapat mengetahui berapa harga barang tersebut. *Labeling* juga bertugas untuk membuat plakat barang yang pada saat itu sedang dalam masa promosi supaya konsumen tau akan promosi barang tersebut.

8. *Cashier*

Cashier merupakan jabatan di divisi kassa yang bertugas dalam melakukan proses pembayaran akan barang yang ingin dibeli oleh konsumen. *Cashier* juga bertugas dalam melayani konsumen di bagian *Customer Service* disaat *Cashier Supervisor* sedang tidak ada di tempat *Customer Service*.

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan dan kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada pelanggan dari perusahaan yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jumlah pelanggan, frekuensi

membeli, dan lama berlangganan. Berikut ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Pria	64	53 %
Wanita	56	47 %
Total	120	100 %

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa responden laki – laki yang berbelanja di Maju Bersama Denai adalah sebanyak 64 orang atau 53 % dari total responden sedangkan responden wanita yang berbelanja di Maju Bersama Denai adalah sebanyak 56 orang atau 47 % dari total responden. Dengan demikian diketahui bahwa dominan konsumen yang melakukan pembelian pada store adalah pria.

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan jumlah penghasilan dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan

Jumlah Penghasilan	Jumlah Responden	Presentase (%)
< Rp. 10.000.000	114	95 %
Rp 10.000.000 – Rp 30.000.000	4	3 %
> Rp 30.000.000	2	2 %
Total	120	100 %

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah penghasilan dibawah Rp. 10.000.000 adalah sebanyak 114 orang atau 95% dari total responden. Responden dengan jumlah penghasilan Rp 10.000.000 sampai Rp 30.000.000 adalah sebanyak 4 orang atau 3 % dari total responden. Responden dengan jumlah penghasilan lebih dari Rp. 30.000.000 adalah sebanyak 2 orang atau 2 % dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang berbelanja di Maju Bersama Denai adalah konsumen yang memiliki penghasilan dibawah Rp. 10.000.000.

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan frekuensi membeli dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Frekuensi Membeli

Frekuensi Membeli	Jumlah Responden	Presentase (%)
1 Kali – 3 Kali Sebulan	17	14,2 %
3 Kali – 5 Kali Sebulan	76	63,3 %
Lebih dari 5 Kali Sebluan	27	22,5 %
Total	120	100 %

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa responden yang membeli 1 kali sampai 3 kali sebulan adalah sebanyak 17 orang atau 14,2 % dari total responden. Responden yang membeli 3 kali samapi 5 kali sebulan sebanyak 76 orang atau 63,3 % dari total responden sedangkan responden yang membeli lebih dari 5 kali sebulan sebanyak 27 orang atau 22,5 % dari total responden. Dengan demikian, dominan responden berbelanja di Maju Bersama Denai adalah konsumen yang membeli sebanyak 3 kali sampai 5 kali sebulan.

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan lama berlangganan dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan

Lama Berlangganan	Jumlah Responden	Presentase (%)
< 5 Tahun	108	90 %
> 5 Tahun	12	10 %
Total	120	100 %

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, dapat dilihat bahwa responden yang berlangganan di bawah 5 tahun sebanyak 108 orang atau 90 % dari total responden. Respondne yang berlangganan lebih dari 5 tahun sebanyak 12 orang atau 10 % dari total responden. Dengan Demikian dominan rersponden berbelanja di Maju Bersama Denai adalah konsumen yang berlangganan di bawah 5 tahun

4.2.2 Uji Validitas dan Realibilitas

Menurut Herlina (2019 : 58), untuk menentukan apakah suatu kuesioner item layak digunakan atau tidak adalah dengan melaukukan uji signifikasi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5 %) yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Sedangkan menurut Priyanto (2018 : 21), pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi.

2. Jika nilai positif dari $r_{hitung} > r_{tabel}$, item dapat dinyatakan valid
3. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, item dinyatakan tidak valid

Untuk Nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r dengan $df = n/2$ pada tingkat signifikansi 5% dimana (n) adalah jumlah sampel sebanyak 30 maka akan didapatkan nilai batas minimal korelasi adalah sebesar 0,361. Berikut ini hasil uji validitas untuk variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 4.5, 4.6, dan 4.7 dibawah ini :

Tabel 4.5
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Karyawan di Maju Bersama Denai memiliki penampilan yang menarik.	0,500	0,361	Valid
Fasilitas yang diberikan Maju Bersama Denai membuat anda nyaman untuk berbelanja disana.	0,695	0,361	Valid
Karyawan di Maju Bersama Denai siap tanggap dalam menjawab pertanyaan akan produk yang dicari	0,580	0,361	Valid
Jam Operasi di Maju Bersama Denai membuat anda dapat berbelanja dengan waktu yang fleksibel	0,500	0,361	Valid
Karyawan di Maju Bersama Denai memiliki pengetahuan yang luas akan barang disana	0,580	0,361	Valid
Maju Bersama Denai selalu tepat waktu dalam mengantar barang yang anda pesan secara online	0,527	0,361	Valid
Karyawan di Maju Bersama Denai dapat menjawab keluhan anda dengan baik	0,410	0,361	Valid
Karyawan di Maju Bersama Denai memiliki respon yang cepat dalam memenuhi permintaan yang anda berikan terkait produk di dalam store.	0,366	0,361	Valid
Karyawan di Maju Bersama Denai selalu bersikap sopan terhadap anda	0,455	0,361	Valid
Karyawan di Maju Bersama Denai menjamin pergantian barang apabila	0,746	0,361	Valid

barang yang anda beli sebenarnya tidak layak jual.			
--	--	--	--

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan menunjukan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid

Tabel 4.6
Uji Validitas Atmosfer Toko (X₂)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Bagian Luar store Maju Bersama Denai menarik dimata anda	0,423	0,361	Valid
Warna bagian luar store Maju Bersama Denai memiliki beragam warna yang terlihat menarik	0,553	0,361	Valid
Musik yang diputar di Maju Bersama Denai membuat anda nyaman dalam berbelanja	0,631	0,361	Valid
Warna bagian dalam store Maju Bersama Denai memiliki beragam warna yang terlihat menarik	0,689	0,361	Valid
Tata letak barang mempermudah anda dalam mencari produk yang anda butuhkan	0,634	0,361	Valid
Lorong barang di Maju Bersama Denai memiliki ruang yang cukup luas	0,577	0,361	Valid
Pajangan barang dalam toko sudah tersusun rapi	0,772	0,361	Valid
Pajangan barang dalam toko sudah terletak sesuai dengan papan jenis barang yang dicantumkan	0,786	0,361	Valid

Dari Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas untuk variabel Atmosfer Toko menunjukan semua nilai *Corrected Item-Total*

Correlation lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid

Tabel 4.7
Uji Validitas Volume Penjualan (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Bagian Luar store Maju Bersama Denai menarik dimata anda	0,694	0,361	Valid
Warna bagian luar store Maju Bersama Denai memiliki beragam warna yang terlihat menarik	0,442	0,361	Valid
Musik yang diputar di Maju Bersama Denai membuat anda nyaman dalam berbelanja	0,654	0,361	Valid
Warna bagian dalam store Maju Bersama Denai memiliki beragam warna yang terlihat menarik	0,694	0,361	Valid
Tata letak barang mempermudah anda dalam mencari produk yang anda butuhkan	0,756	0,361	Valid
Lorong barang di Maju Bersama Denai memiliki ruang yang cukup luas	0,735	0,361	Valid

Tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas untuk variabel Volume Penjualan menunjukan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari nilai batas minimal korelasi 0,361 sehingga diperoleh hasil bahwa semua pernyataan dalam kuesioner adalah valid

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2018:25), “Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan atau konsistensi alat ukur tersebut yang biasanya menggunakan

kuesioner”. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*

Menurut Herlina (2019 : 60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji realibilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = realibilitas buruk
2. *Cronbach's alpha* 0,6 – 0,79 = realibilitas diterima
3. *Cronbach's alpha* > 0,8 = realibilitas baik

Hasil uji realibilitas Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini :

Table 4.8
Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)
Realibilty Statics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.730	10

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa dari butir item variabel Kulaitas Pelayanan (X₁) tersebut sebesar 0,730 berada diantara 0,6 – 0,79 sehingga realibilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji realibilitas Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini

Table 4.9
Uji Realibilitas Variabel Atmosfer Toko (X₂)
Realibilty Statics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.789	8

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa dari butir item variabel Atmosfer Toko (X₂) tersebut sebesar 0,789 berada diantara 0,6 – 0,79 sehingga realibilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji realibilitas Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada tabel 4.10 dibawah ini :

Table 4.10
Uji Realibilitas Variabel Volume Penjualan (Y)
Realibilty Statics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.736	6

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa dari butir item variabel Volume Penjualan (Y) tersebut sebesar 0,736 berada diantara 0,6 – 0,79 sehingga realibilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa

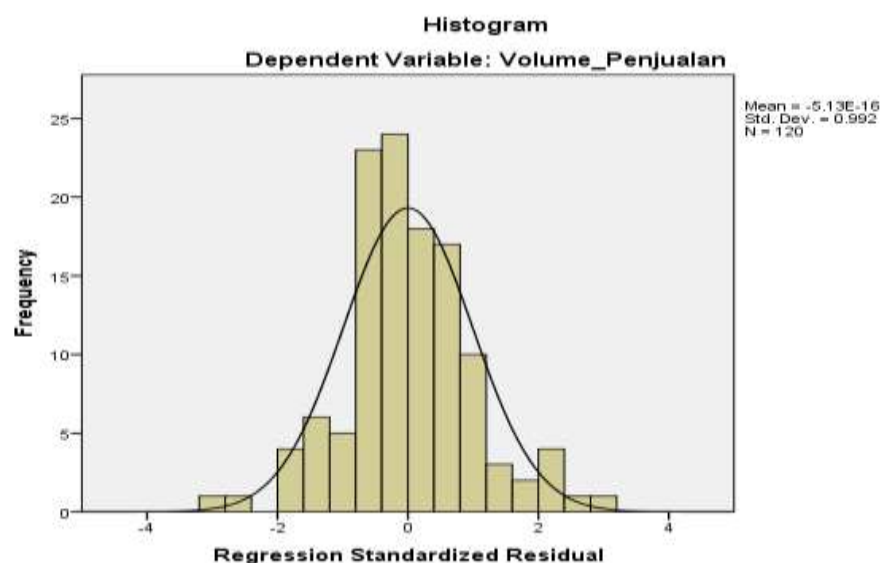
metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasan dari pengujiannya sebagai berikut :

1. Analisis grafik

Menurut Priyatno (2018 : 127), “Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression*.”

a. Output Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas grafik histogram dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut ini :

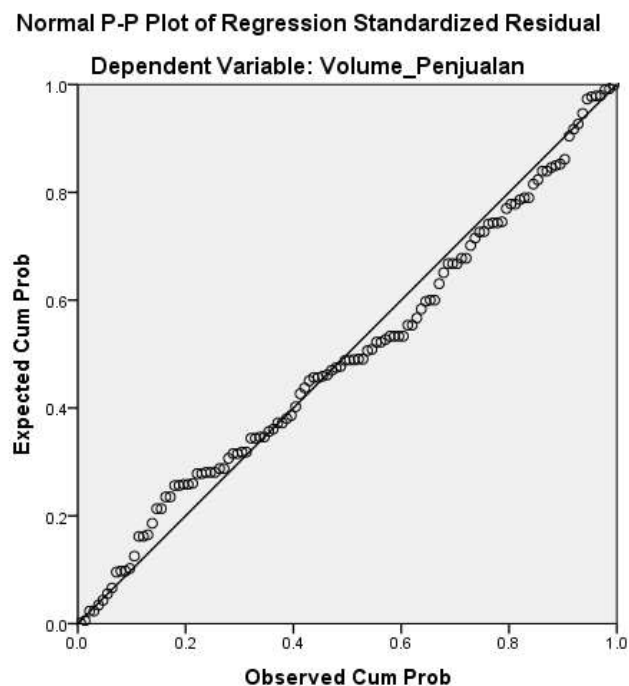


Gambar 4.2 Grafik Histogram

Dari Gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

b. *Output Normal Probability Plot of Regression*

Output Normal Probability Plot of Regression menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik Normal Probability Plot of Regression mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal. Hasil pengujian analisis normal P-P plot dapat dilihat pada gambar 4.3 sebagai berikut.



Gambar 4.3
Normal Probablitiy Plot of Regression

Pada Gambar 4.3 di atas dapat dilihat bahwa titik – titik mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

2. Pengujian Uji Statistik

Menurut Priyatno (2018 : 130), uji normalias dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*, kriteria pengujiannya adalah :

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian statistic *One Sample Kolmogorv – Smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.11 dibawah ini :

Tabel 4.11
One Sample Kolmogorov – Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	37.13
	Std. Deviation	3.329
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.113
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		1.238
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pada Tabel 4.11 di atas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas *Kolmogorov – smirnov* membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,093 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

4.2.3.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno (2018 : 134), “Multikolineiritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya kolerasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas.”

Menurut Priyatno (2018 : 134), “Metode uji multikolinieritas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1”.

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut ini :

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Kualitas_Pelayanan	.997	1.003
Atmosfer_Toko	.997	1.003

nt Variabel : Volume Penjualan

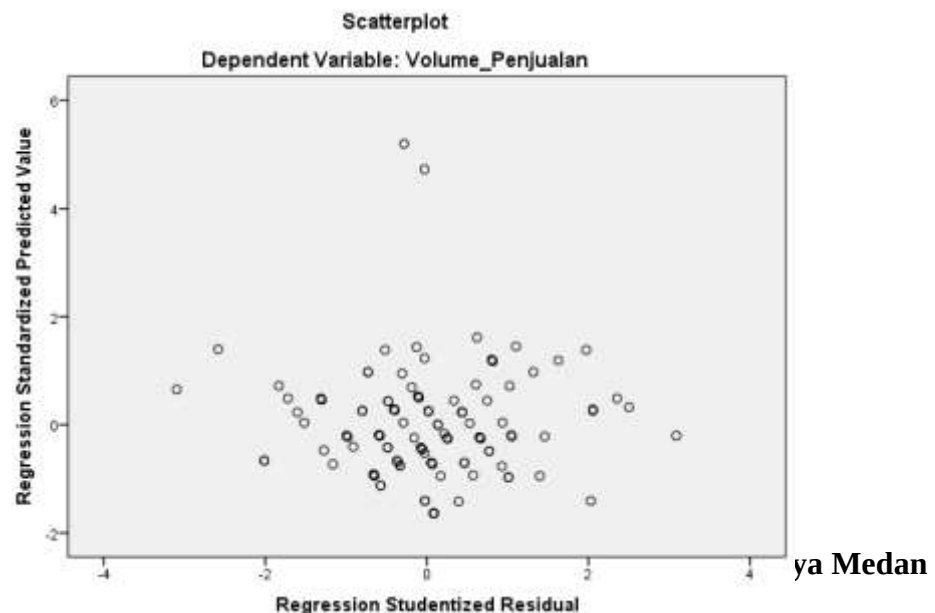
Pada Tabel 4.12 di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko mempunyai nilai *tolerance* (0,997) > 0,10 dan nilai VIF (1,003) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

4.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018 : 136), “Heterokedasisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedasisitas.”

Berbagai macam uji heterokedasisistas yaitu degan pengujian Scaterplots dimana dilakukan daengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heterokedasisitias.

Hasil pengujian menggunakan metode grafik *scatterplot* dapat dilihat pada gambar 4.4 dibawah ini.



Gambar 4.4
Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*

Pada Gambar 4.4 di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik garis *Scatterplot* menyebar secara acak (*random*) serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedasisitas.

4.2.4 Teknik Analisis Data

4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Priyatno (2018 : 107), “Analisi regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. “Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai yang dapat dihitung dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for The Social Science* (SPSS).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Volume Penjualan (*dependent variabel*)

X₁ = Kualitas Pelayanan (*independent variabel*)

X₂ = Atmosfer Toko (*independent variabel*)

- a = Konstanta
 b_1b_2 = Koefisien regresi
 e = Presentase kesalahan (5%)

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	4.595	3.581
1 Kualitas_Pelayanan	.263	.068
Atmosfer_Toko	.278	.081

a. Dependent Variabel : Volume Penjualan

Pada Tabel 4.13 di atas, diketahui pada *Unstandarized Coefficeints* bagian B diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut :

$$\text{Volume Penjualan} = 4,595 + 0,263 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,278 \text{ Atmosfer Toko} + e$$

Bedasarkan persamaan di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta $a = 4,595$ menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu Kualitas Pelayanan dan Variabel (X_2) yaitu Atmosfer Toko bernilai 0 maka Volume Penjualan adalah tetap sebesar 4,595.

2. Koefisien $X_1(b_1)$ = menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1), berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan sebesar 0,263 . Artinya setiap peningkatan Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 1 satuan, maka Volume Penjualan akan meningkat sebesar 26,3 %.
3. Koefisien $X_2(b_2)$ = menunjukkan bahwa variabel Atmosfer Toko (X_2), berpengaruh positif terhadap Volume Penjualan sebesar 0,278. Artinya setiap peningkatan Atmosfer Toko (X_1) sebesar 1 satuan, maka Volume Penjualan akan meningkat sebesar 27,8 %.

4.2.4.2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018 : 121), “Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengatur apakah secara parsial variabel Independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen”. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikan 0,05 dan uji 2 sisi. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$: Artinya Kualitas Pelayanan; Atmosfer Toko secara parsial tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai .

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$: Artinya Kualitas Pelayanan; Atmosfer Toko secara parsial berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai.

Dalam penelitian ini nilai thitung akan dibandingkan dengan nilai ttabel

pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini

adalah :

a.) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak & H_a diterima.

b.) Jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima & H_a ditolak.

Untuk menentukan nilai t_{tabel} diperoleh dari tabel *t-student* dengan rumus :

$t_{tabel} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$ dimana n adalah jumlah sampel. Dalam penelitian ini dengan sampel 120 dan $\alpha = 0,05$ sehingga $t_{tabel} = t_{(0,025,118)}$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1,981.

Dengan diketahuinya df adalah 117 dan diperoleh nilai t_{tabel} tersebut yaitu sebesar. Sedangkan nilai t_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan bantuan SPSS, kemudian dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$, Hasil uji t_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.14 dibawah ini :

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

Model	t	Sig.	Unstandardized Coefficients	
			B	Std. Error
1 (Constant)	1.283	.202	4.595	3.581
Kualitas_Pelayanan	3.873	.000	.263	.068
Atmosfer_Toko	3.454	.001	.278	.081

a. Dependent Variabel : Volume Penjualan

Berdasarkan Tabel 4.14 hasil pengujian parsial diatas, maka dapat dilihat beberapa hal dibawah ini diantaranya adalah bahwa :

H1 : Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan Maju Bersama Denai.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 3,873 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap Volume Penjualan Maju Bersama Denai. Nilai t_{hitung} (3,873) > dari t_{tabel} (1,981). Hal ini dapat dikatakan bahwa H_a diterima yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Volume Penjualan Maju Bersama Denai. Nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan signifikan, karena nilai signifikansi kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan Maju Bersama Denai. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu (H_1) didukung.

H2 : Adanya pengaruh Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan Maju Bersama Denai.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa variabel Atmosfer Toko memiliki koefisien regresi sebesar 3.454 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Atmosfer Toko memberikan pengaruh positif terhadap Atmosfer Toko Maju Bersama Denai. Nilai t_{hitung} (3,454) > dari t_{tabel} (1,981). Hal ini dapat dikatakan bahwa H_a diterima yaitu Atmosfer Toko berpengaruh secara parsial terhadap Atmosfer Toko Maju Bersama Denai. Nilai signifikansi variabel Atmosfer Toko sebesar 0,001 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa Atmosfer Toko signifikan, karena nilai signifikansi kurang dari

$\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Atmosfer Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Atmosfer Toko Maju Bersama Denai. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua (H_2) didukung.

4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Stimulan (Uji F)

Menurut Priytno (2018 : 119), “Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5%. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$: Artinya Kualitas Pelayanan; Atmosfer Toko secara stimulan tidak berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai.

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$: Artinya Kualitas Pelayanan; Atmosfer Toko secara stimulan berpengaruh terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai.

Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%, Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

a.) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b.) Jika, $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Untuk menentukan nilai F_{tabel} diperoleh dari tabel F dengan cara :

$F_{\text{tabel}} = F_{(\alpha)(df \text{ penyebut} = n-k)(df \text{ pembilang}=m)}$ dimana k adalah semua variabel, dan m adalah variabel bebas. Dalam penelitian ini dengan sampel 120 dan $\alpha = 0,05$ sehingga $F_{\text{tabel}} = F_{(0,05)(118)}$ diperoleh F_{tabel} sebesar 3,07.

Dengan diketahuinya df (pembilang) ada 2 dan df (penyebut) adalah 117, maka dapat diperoleh nilai F_{tabel} adalah 3,07. Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$. Hasil uji F_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini :

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Serempak (Uji-F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	155.581	2	77.790	12.799	.000 ^b
Residual	711.086	117	6.078		
Total	866.667	119			

a. Dependent Variable: Volume_Penjualan

b. Predictors: (Constant), Atmosfer_Toko, Kualitas_Pelayanan

H3 : Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Atmosfert Toko Terhadap Volume Penjualan Maju Bersama Denai.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.15 di atas terlihat nilai F hitung sebesar 12,799. Untuk tingkat keyakinan 95%, $df(\text{pembilang}) = 2$, dan $df(\text{penyebut}) = 117$ maka nilai F tabel sebesar 3,07. Karena F hitung lebih besar dari F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, dan Atmosfer Toko secara serempak berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Volume Penjualan Maju Bersama Denai. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis tiga (H3) didukung.

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Herlina (2019 : 140), “Analisis determinasi atau disebut juga *R Square* yang disimbolkan dengan R^2 digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) secara bersama – sama terhadap variabel dependen (Y) dimana semakin kecil nilai koefisien determinasi, hal ini berarti pengaruh variabel Independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka 1 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat”.

Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 4.16
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.424 ^a	.180	.165	2.465

a. Predictors: (Constant), Atmosfer_Toko, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Volume_Penjualan

Berdasarkan tabel 4.16 hasil pengujian koefisien determinasi di atas, dapat dilihat Nilai *R Square* (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,180 artinya variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko sebesar 18 % sedangkan sisanya 82 % dipengaruhi

oleh faktor – faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti lokasi, harga, kualitas produk dan berbagai variabel lainnya.

4.3. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan pada Maju Bersama Denai. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{tabel} yang t_{hitung} (3,873) yang lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,981).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra Sasangka (2018) dan Rahmat Rumayandi (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minimarket Bandung” dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial maupun stimulan variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

2. Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Atmosfer Toko berpengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan pada Maju

Bersama Denai. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} (3,454) yang lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,981).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra Ferdiansa (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Volume Penjualan Di Toby’s Fried Chicken Kabupaten Sumenep” dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial maupun stimulan variabel Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko memiliki nilai F_{hitung} (12,799) > F_{tabel} (3,07) dengan signifikansi $0,00 < 0,005$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap Volume Penjualan pada Maju Bersama Denai.

Nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,180 artinya variabel Volume Penjualan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko sebesar 18 % sedangkan sisanya 82 % dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti seperti lokasi, harga, kualitas produk dan berbagai variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Dwi Cahaya (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga

Terhadap Volume Penjualan Di Tongkleng Nglotok Yogyakarta” dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kadarisman Hidayat (2017) dengan judul “Pengaruh *Store Atmosphere* (Suasana Toko) Terhadap Volume Penjualan di Madam Wang *Secret Garden Café* Malang” dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara simultan *Store Atmosphere* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil Uji Analisis Linear Berganda menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko memiliki pengaruh yang positif terhadap Volume Penjualan

2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Maju Bersama Denai.
3. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Atmosfer Toko secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Maju Bersama Denai.
4. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan pada Maju Bersama Denai.
5. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Volume Penjualan.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Maju Bersama Denai perlu memperhatikan Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan :
 - a. Perusahaan disarankan harus dapat memperhatikan Kualitas Pelayanan yang dimana perusahaan dapat menjamin pergantian produk barang apabila barang yang dibeli tidak berfungsi dengan semestinya. Dengan adanya pelayanan pergantian barang tersebut maka Maju Bersama Denai

secara otomatis memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang mereka beli adalah produk yang memiliki kualitas yang bagus. Hal tersebut merupakan upaya Maju Bersama Denai supaya konsumen dapat merasa lebih puas akan pelayanan yang diberikan oleh Maju Bersama Denai.

- b. Perusahaan disarankan dapat memperhatikan tingkat kesopanan yang diberikan oleh karyawan Maju Bersama Denai terhadap konsumen.

Dengan

adanya kesopanan karyawan di dalam menjawab pertanyaan ataupun komplain dari konsumen maka konsumen tersebut akan merasa lebih nyaman di dalam berbelanja di Maju Bersama Denai. Hal ini secara otomatis akan membuat konsumen merasa lebih puas di dalam berbelanja di dalam store Maju Bersama Denai.

2. Maju Bersama Denai perlu mempertahankan Atmosfer Toko terhadap Volume Penjualan :

- a. Perusahaan disarankan untuk bisa memperhatikan Atmosfer Toko dimana perusahaan perlu memperhatikan tata letak barang dalam pajangan dan memastikan bahwa barang tersebut sudah tersusun sesuai dengan papan jenis barang yang tercantum. Hal ini akan membuat konsumen lebih mudah di dalam mencari barang yang mereka perlukan ataupun ingikan. Hal ini pastinya akan membuat konsumen merasa lebih nyaman berbelanja di dalam store sehingga konsumen pastinya akan merasa lebih puas berbelanja di Maju Bersama Denai.

- b. Perusahaan disarankan untuk memperhatikan isi dari rak pajangan dan memastikan bahwa barang tersebut sudah tersusun dengan rapi. Pajangan barang yang tersusun rapi akan memudahkan konsumen mencari produk tertentu yang konsumen inginkan. Hal ini tentunya akan membuat konsumen lebih nyaman di dalam berbelanja di dalam store Maju Bersama Denai yang pada akhirnya akan membuat mereka merasa lebih puas berbelanja di Maju Bersama Denai.

5.3. Saran Akademis

Saran – saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi Volume Penjualan pada Maju Bersama Denai selain variabel Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko

2. Perluas Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden kurang beragam karena sampel yang diambil dari beberapa konsumen saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh outlet Maju Bersama yang ada di Medan.

Daftar Pustaka

- Amar, M. R., Gustina, I., & Ariska, S. (2021). Consumer Loyalty Analysis: Contribution of Commitment and Price. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 265-269.
- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Abeng 38. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 63-73.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismailiyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.

- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Lazuardi, D. (2021). Analysis of Efforts to Increase Customer Loyalty in Improving Brand Trust, Marketing Communication Strategies and Product Diversity. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 134-146.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43.

- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Nainggolan, E. (2022). Service Excellent Berdasarkan Perspektif Experiential Marketing Pada Pegiat Usaha Di Desa Pematang Johar. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 54-59.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.

- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., & Gultom, P. (2022). The Relationship of Timeliness and Price to Consumer Goals in PT. Kalerindo Semesta Abadi. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3577-3583.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Puddin, K., Hasibuan, A. F., & Rezeki, S. (2021, February). The Impact of Entrepreneurial Interest and Knowledge on the Pharmaceutical Business Success in Medan Pestisah Subdistrict, North Sumatera, Indonesia. In *International Conference on Strategic Issues of Economics, Business and, Education (ICoSIEBE 2020)* (pp. 198-203). Atlantis Press.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.

- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Rinaldi, M. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 22-33.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Gustina, I., Lazuardi, D., & Nainggolan, E. (2022). Analysis of the Impact of Services and Consumer Trust on Consumer Loyalty in Using Services. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1680-1685.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.

- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Cindy, C. (2022, July). Pengaruh Personal Selling Dan Ketersediaan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kurniaputra Mandiri Cabang Siak. In *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi* (pp. 552-561).
-
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.

KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data dalam penulisan proposal dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN ATMOSFER TOKO TERHADAP VOLUME PENJUALAN DI MAJU BERSAMA DENAI**”

I. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin Anda : ☐ Laki – Laki
☐ Perempuan
2. Pekerjaan : ☐ Wiraswasta
☐ Karyawan
☐ PNS
☐ Pensiunan
3. Status Pernikahan : ☐ Menikah
☐ Belum Menikah
4. Jumlah Penghasilan : ☐ < Rp. 10.000.000
☐ Rp 10.000.000 – Rp 30.000.000
☐ > Rp. 30.000.000

6. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi tanda silang (X) pada jawaban yang Bapak/Ibu Saudara/I anggap benar
2. Ada lima alternative pilihan jawaban yaitu :

Keterangan	Skor Nilai
SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	4
R = Ragu - Ragu	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

3. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja

DAFTAR PERTANYAAN

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
6. Bukti Fisik berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik yang ada pada perusahaan tersebut seperti perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, penampilan karyawan pun dapat digolongkan sebagai bukti fisik.						
1	Karyawan di Maju Bersama Denai memiliki penampilan yang menarik					
2	Fasilitas yang diberikan Maju Bersama Denai membuat anda nyaman untuk berbelanja disana					
7. Empati bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.						
3	Karyawan di Maju Bersama Denai siap tanggap dalam menjawab pertanyaan akan produk yang dicari					
4	Jam Operasi di Maju Bersama Denai membuat anda dapat berbelanja dengan waktu yang lebih fleksibel					
8. Keandalan berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan sekecil apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.						
5	Karyawan di Maju Bersama Denai memiliki pengetahuan yang luas akan barang disana					
6	Maju Bersama Denai selalu tepat waktu dalam mengantar barang yang anda pesan secara online					
9. Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.						
7	Karyawan di Maju Bersama Denai dapat menjawab keluhan anda dengan baik					
8	Karyawan di Maju Bersama Denai memiliki respon yang cepat dalam memenuhi permintaan yang anda berikan terkait produk di dalam store.					
10. Jaminan perilaku para karyawan mampu menumbuhkan Atmosfer Toko pelanggan terhadap						

perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan.						
9	Karyawan di Maju Bersama Denai selalu bersikap sopan terhadap anda					
10	Karyawan di Maju Bersama Denai menjamin pergantian barang apabila barang yang anda beli sebenarnya tidak layak jual.					

2. Variabel Atmosfer Toko

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
5. Exterior <i>Exterior</i> sebuah toko mempunyai pengaruh yang kuat terhadap image toko dan harus direncanakan secara matang. Konsumen terkadang menilai sebuah toko dari bagian depannya. Bagian depan sebuah toko merupakan keseluruhan payhical exterior dari sebuah toko. Yang termasuk psyhical exterior dari sebuah toko. Yang termasuk dalam exterior adalah pintu masuk, etelase, teras, papa nama, toko dan konstruks material lainnya.						
1	Bagian Luar store Maju Bersama Denai menarik dimata anda					
2	Warna bagian luar store Maju Bersama Denai memiliki beragam warna yang terlihat menarik					
6. General Interior <i>General Interior</i> adalah sebagai motif konsumen masuk toko, hendaknya memperoleh kesan yang menyenangkan. Kesan ini dapat diciptakan misalnya dengan warna dinding toko yang menarik, musik yang diperdengarkan, serta aroma atau bau dan udara di daerah toko.						
3	Musik yang diputar di Maju Bersama Denai membuat anda nyaman dalam berbelanja					
4	Warna bagian dalam store Maju Bersama Denai memiliki beragam warna yang terlihat menarik					
7. Store Layout Perencanaan store layout meliputi peralatan penempatan ruang untuk mengisi luas lantai yang tersedia, mengklasifikasikan produk yang akan ditawarkan, pengaturan lalu lintas di dalam toko, pengaturan lebar ruang yang dibutuhkan, pemetaan ruang toko dan menyusun produk yang ditawarkan secara individu.						
5	Tata letak barang mempermudah anda dalam mencari produk yang anda butuhkan					
6	Lorong barang di Maju Bersama Denai memiliki ruang yang cukup luas					
8. Interior Point Of Purchase (POP) Display <i>Interior Point Of Purchase (POP) Display</i> sangat penting bagi suasana toko karena memberikan informasi kepada konsumen. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan penjualan dan laba toko.						

7	Pajangan barang dalam toko sudah tersusun rapi					
8	Pajangan barang dalam toko sudah terletak sesuai dengan papan jenis barang yang dicantumkan					

3. Variabel Volume Penjualan

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
4. Mencapai Volume Penjualan Suatu perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik untuk dapat memasarkan produknya kepada masyarakat, strategi yang baik dan matang berguna untuk mencapai target penjualan. Kemampuan perusahaan menjual produknya menentukan keberhasilan dan tingkatan penjualan yang dicapai oleh perusahaan.						
1	Anda sering pergi berbelanja di Maju Bersama					
2	Maju Bersama menjadi pilihan pertama anda dalam berbelanja kebutuhan sehari - hari					
5. Mendapatkan Laba Perusahaan harus memiliki kemampuan dalam mendapatkan profit yang besar sehingga investor dapat menanamkan modalnya. Penanaman modal yang dilakukan investor berguna untuk memperluas usaha perusahaan. Hal ini harus dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mencapai target laba sehingga perusahaan mendapatkan profit yang signifikan.						
3	Maju Bersama selalu ada disaat anda membutuhkan					
4	Anda puas berbelanja di Maju Bersama					
6. Menunjang pertumbuhan perusahaan Perusahaan memiliki kemampuan dalam menjual produk yang dapat meningkatkan Volume Penjualan. Hal ini berguna bagi perusahaan dalam menunjang pertumbuhan perusahaan. Sehingga keberlangsungan perusahaan dapat bertahan di tengah persaingan antar perusahaan.						
5	Maju Bersama tidak pernah mengecewakan anda					
6	Anda akan merekomendasikan Maju Bersama kepada orang – orang terdekat anda					

No	Kualitas Pelayanan										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
2	4	3	5	4	5	3	3	4	4	4	39
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	3	5	3	4	3	4	3	4	38
5	5	3	4	5	4	4	4	5	2	3	39
6	4	3	3	4	3	4	4	5	2	3	35
7	4	2	3	4	3	3	3	4	4	2	32
8	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	40
9	4	3	3	4	3	4	5	4	4	3	37
10	5	2	3	5	3	4	3	4	5	2	36
11	5	3	5	5	5	4	4	4	5	3	43
12	4	3	3	4	3	4	4	4	5	3	37
13	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	42
14	4	2	4	4	4	5	5	3	3	2	36
15	5	3	4	5	4	5	5	4	3	3	41
16	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	35
17	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
18	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	37
19	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	36
20	4	5	3	4	3	4	4	4	3	5	39
21	5	3	3	5	3	4	4	4	3	3	37
22	3	3	5	3	5	4	4	3	3	3	36
23	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	45
24	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	38
25	4	3	4	4	4	4	5	5	5	3	41
26	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	34
27	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	44
28	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
29	4	2	4	4	4	3	3	4	5	2	35
30	5	4	3	5	3	5	5	5	5	4	44
31	4	3	3	4	4	5	5	5	5	3	41
32	4	3	4	3	3	4	4	5	3	4	37
33	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	41
34	3	5	3	4	4	4	4	4	4	5	40

35	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	38
36	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	41
37	4	4	3	4	3	5	5	4	2	4	38
38	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	35
39	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	38
40	4	3	4	5	4	4	4	3	5	3	39
41	4	3	3	3	3	5	5	4	2	4	36
42	3	4	3	3	4	4	3	5	5	4	38
43	3	3	4	3	3	3	5	5	4	4	37
44	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	33
45	3	3	3	4	4	5	5	4	3	3	37
46	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	32
47	3	3	3	3	4	5	4	4	5	5	39
48	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	33
49	3	4	3	3	4	5	3	3	5	2	35
50	3	4	3	3	4	3	4	5	3	3	35
51	3	3	3	3	4	4	4	5	4	3	36
52	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	35
53	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	38
54	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	34
55	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	35
56	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	38
57	4	3	3	3	3	4	5	3	3	3	34
58	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	39
59	3	5	4	4	4	4	4	3	5	4	40
60	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	36
61	3	3	3	4	3	4	3	3	4	5	35
62	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	33
63	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	33
64	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	39
65	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
66	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	33
67	3	3	3	3	3	3	4	3	5	4	34
68	4	3	3	3	4	3	3	3	5	4	35
69	3	3	4	3	4	3	4	4	5	2	35
70	3	3	3	4	3	4	3	3	5	5	36

71	3	3	3	3	4	3	4	4	5	5	37
72	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	33
73	4	4	5	5	4	3	3	3	4	3	38
74	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	38
75	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	35
76	5	4	4	3	3	4	4	3	3	1	34
77	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	44
78	4	3	3	4	3	4	4	3	5	2	35
79	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	38
80	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	40
81	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	38
82	4	5	3	5	4	4	4	3	4	4	40
83	3	5	5	5	3	4	4	4	5	3	41
84	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	41
85	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	36
86	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	40
87	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	39
88	3	3	4	5	3	4	4	4	3	4	37
89	3	4	3	3	4	3	4	4	5	3	36
90	3	3	4	5	4	4	5	3	3	4	38
91	4	4	5	3	3	3	4	3	3	4	36
92	4	4	3	5	4	4	3	3	5	3	38
93	3	5	4	5	3	3	4	3	3	3	36
94	3	5	3	3	3	3	3	4	5	3	35
95	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	32
96	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	35
97	4	5	3	4	4	4	5	5	3	2	39
98	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	35
99	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	38
100	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	34
101	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	35
102	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	38
103	4	3	3	3	3	4	5	3	3	3	34
104	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	39
105	3	5	4	4	4	4	4	3	5	4	40
106	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	36

107	3	3	3	4	3	4	3	3	4	5	35
108	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	33
109	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	33
110	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	39
111	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
112	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	33
113	3	3	3	3	3	3	4	3	5	4	34
114	4	3	3	3	4	3	3	3	5	4	35
115	3	3	4	3	4	3	4	4	5	2	35
116	3	3	3	4	3	4	3	3	5	5	36
117	3	3	3	3	4	3	4	4	5	5	37
118	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	33
119	4	4	5	5	4	3	3	3	4	3	38
120	3	4	5	4	3	4	4	3	4	4	38

No	Atmosfer Toko								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	5	5	4	5	5	4	5	5	38
2	5	3	4	4	3	4	5	5	33
3	5	5	5	4	5	5	5	5	39
4	4	3	5	4	3	3	4	5	31
5	5	3	5	4	4	4	4	5	34
6	4	3	5	4	3	5	4	5	33
7	4	4	5	5	4	4	5	5	36
8	5	3	4	4	4	4	4	4	32
9	5	3	4	5	4	5	5	4	35
10	5	3	4	4	3	3	4	4	30
11	5	3	4	4	3	3	4	4	30
12	5	4	3	5	5	3	5	3	33
13	4	3	3	4	2	4	4	3	27
14	4	4	3	4	4	3	4	3	29
15	4	4	4	4	4	3	4	4	31
16	5	4	5	3	3	3	3	5	31
17	5	4	5	3	5	3	3	5	33
18	5	3	3	4	3	4	4	3	29
19	5	3	4	4	3	3	4	4	30
20	5	3	3	3	3	4	3	3	27
21	4	4	4	4	4	3	4	4	31
22	5	3	3	4	3	3	4	3	28
23	4	4	3	4	3	4	4	3	29
24	4	3	3	3	4	3	3	3	26
25	2	3	3	3	3	3	3	3	23
26	5	3	3	3	4	3	3	3	27
27	4	4	3	3	3	3	3	3	26
28	4	3	5	3	3	3	3	3	27
29	5	3	3	3	3	3	3	3	26
30	5	3	4	4	3	3	4	3	29
31	5	3	5	1	2	3	3	2	24
32	4	4	4	4	3	3	3	4	29
33	3	4	4	4	3	4	3	3	28
34	4	5	3	5	3	3	3	3	29

35	5	4	3	3	4	4	4	3	30
36	4	4	3	5	3	4	3	3	29
37	3	4	4	3	3	4	3	3	27
38	3	3	5	5	4	3	4	4	31
39	4	2	4	2	4	3	3	4	26
40	1	3	4	5	5	4	4	5	31
41	4	4	3	2	4	3	3	4	27
42	4	4	2	2	4	4	4	4	28
43	5	4	4	3	5	3	3	5	32
44	3	4	3	4	5	4	3	5	31
45	5	4	3	3	3	4	3	3	28
46	4	4	4	4	5	5	3	5	34
47	3	4	4	4	3	5	3	3	29
48	4	5	3	4	4	4	4	4	32
49	3	4	4	1	4	5	4	4	29
50	5	3	4	1	4	4	3	4	28
51	4	3	3	5	3	3	3	3	27
52	4	4	3	5	5	5	4	4	34
53	5	3	3	4	3	5	3	3	29
54	3	4	2	3	5	5	3	4	29
55	4	4	3	4	3	5	4	4	31
56	4	5	3	4	4	5	4	4	33
57	4	4	3	3	3	4	3	3	27
58	4	4	3	3	4	4	3	4	29
59	3	1	2	3	4	4	3	4	24
60	4	4	3	4	2	4	4	3	28
61	4	4	3	5	5	4	3	3	31
62	3	4	3	5	4	3	3	2	27
63	3	3	3	4	4	2	4	4	27
64	3	3	4	4	3	4	3	3	27
65	4	3	3	4	5	4	3	5	31
66	3	4	5	5	5	3	3	3	31
67	4	4	5	4	5	3	3	4	32
68	3	3	3	3	5	4	4	3	28
69	5	5	5	4	4	4	3	3	33
70	4	5	4	4	5	3	3	4	32

71	4	4	4	4	5	4	3	3	31
72	3	4	4	4	5	5	3	4	32
73	2	3	4	4	4	3	3	2	25
74	3	3	4	4	5	3	3	3	28
75	3	5	4	4	4	4	4	4	32
76	3	4	4	5	5	3	3	5	32
77	2	4	4	4	5	3	3	4	29
78	3	3	3	3	5	5	3	5	30
79	3	3	3	3	4	3	4	4	27
80	4	3	3	4	4	3	3	5	29
81	2	3	3	5	2	5	4	4	28
82	4	4	4	5	5	3	2	4	31
83	3	3	4	5	4	5	3	4	31
84	3	3	3	5	4	4	3	3	28
85	4	5	4	5	5	4	3	3	33
86	5	5	5	5	5	3	3	2	33
87	3	5	3	4	4	4	3	5	31
88	3	5	3	3	5	4	5	3	31
89	3	4	4	4	4	2	3	4	28
90	4	5	3	4	5	3	3	4	31
91	4	4	3	3	4	3	3	3	27
92	4	4	3	4	4	5	3	4	31
93	3	4	4	4	5	5	3	3	31
94	5	3	5	3	4	4	4	4	32
95	5	4	4	4	4	4	4	4	33
96	4	4	4	4	5	5	3	3	32
97	4	5	4	4	3	3	3	3	29
98	4	4	3	5	5	5	4	4	34
99	5	3	3	4	3	5	3	3	29
100	3	4	2	3	5	5	3	4	29
101	4	4	3	4	3	5	4	4	31
102	4	5	3	4	4	5	4	4	33
103	4	4	3	3	3	4	3	3	27
104	4	4	3	3	4	4	3	4	29
105	3	1	2	3	4	4	3	4	24
106	4	4	3	4	2	4	4	3	28

107	4	4	3	5	5	4	3	3	31
108	3	4	3	5	4	3	3	2	27
109	3	3	3	4	4	2	4	4	27
110	3	3	4	4	3	4	3	3	27
111	4	3	3	4	5	4	3	5	31
112	3	4	5	5	5	3	3	3	31
113	4	4	5	4	5	3	3	4	32
114	3	3	3	3	5	4	4	3	28
115	5	5	5	4	4	4	3	3	33
116	4	5	4	4	5	3	3	4	32
117	4	4	4	4	5	4	3	3	31
118	3	4	4	4	5	5	3	4	32
119	2	3	4	4	4	3	3	2	25
120	3	3	4	4	5	3	3	3	28

No	Volume Penjualan						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	5	4	5	5	5	28
2	5	5	5	2	4	5	26
3	5	4	4	5	5	5	28
4	5	4	5	5	5	5	29
5	4	5	4	5	5	4	27
6	5	3	5	5	5	5	28
7	5	4	5	5	5	5	29
8	5	5	5	4	4	5	28
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	3	4	5	5	4	25
11	2	4	2	4	4	2	18
12	5	4	5	3	3	5	25
13	4	4	4	3	3	4	22
14	4	4	4	3	3	4	22
15	5	3	5	4	4	5	26
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	5	4	5	5	4	27
18	5	3	5	3	3	5	24
19	4	4	4	5	5	4	26
20	5	3	5	3	3	5	24
21	5	5	5	4	4	5	28
22	4	3	4	4	4	4	23
23	5	5	5	3	3	5	26
24	4	3	4	2	2	4	19
25	4	4	4	4	4	4	24
26	5	3	5	4	4	5	26
27	3	3	3	2	2	3	16
28	5	3	5	2	2	5	22
29	4	4	4	3	3	4	22
30	4	5	4	3	3	4	23
31	5	3	4	3	3	4	22
32	4	2	3	4	3	4	20
33	5	4	2	5	4	4	24

34	5	2	3	4	3	3	20
35	5	4	3	3	3	5	23
36	5	4	4	2	4	4	23
37	5	4	4	3	3	5	24
38	4	3	3	4	3	4	21
39	4	4	4	3	4	3	22
40	4	2	4	2	4	3	19
41	4	3	3	4	4	4	22
42	4	3	3	4	3	5	22
43	5	3	3	4	3	5	23
44	4	3	3	3	4	4	21
45	4	3	3	3	3	3	19
46	5	3	3	4	4	4	23
47	4	3	3	3	3	3	19
48	4	4	3	3	4	4	22
49	5	3	2	3	4	4	21
50	5	3	4	3	4	4	23
51	5	3	3	3	3	3	20
52	5	3	3	4	4	4	23
53	5	4	3	4	4	3	23
54	4	3	3	4	3	3	20
55	4	4	3	3	4	3	21
56	4	4	4	4	3	3	22
57	5	4	3	3	4	2	21
58	5	4	4	4	4	3	24
59	5	3	5	4	2	2	21
60	5	3	4	4	3	3	22
61	5	3	3	3	3	3	20
62	4	4	3	3	4	3	21
63	5	3	4	3	3	3	21
64	4	4	4	4	3	4	23
65	4	3	3	3	3	4	20
66	2	3	3	3	3	3	17
67	5	3	3	3	3	4	21
68	4	4	3	3	3	3	20
69	4	3	3	4	4	4	22

70	5	3	3	3	3	5	22
71	5	3	3	3	3	4	21
72	5	3	3	3	3	4	21
73	4	4	4	5	4	3	24
74	5	3	4	5	3	4	24
75	5	3	3	3	4	4	22
76	5	5	4	4	4	3	25
77	5	5	5	5	5	4	29
78	4	4	3	3	5	3	22
79	5	3	4	4	3	5	24
80	2	4	2	4	4	4	20
81	2	4	3	4	5	5	23
82	4	4	5	3	3	4	23
83	5	3	5	5	4	4	26
84	5	4	4	4	4	4	25
85	4	4	4	4	4	3	23
86	5	4	4	4	3	4	24
87	4	3	5	5	5	4	26
88	4	3	3	4	4	5	23
89	5	3	4	3	4	4	23
90	5	3	3	2	4	3	20
91	5	4	4	5	4	3	25
92	4	4	2	3	3	3	19
93	5	3	5	2	5	4	24
94	5	4	5	3	3	5	25
95	5	3	3	3	3	3	20
96	5	4	2	2	3	3	19
97	4	4	5	3	3	5	24
98	5	3	3	4	4	4	23
99	5	4	3	4	4	3	23
100	4	3	3	4	3	3	20
101	4	4	3	3	4	3	21
102	4	4	4	4	3	3	22
103	5	4	3	3	4	2	21
104	5	4	4	4	4	3	24
105	5	3	5	4	2	2	21

106	5	3	4	4	3	3	22
107	5	3	3	3	3	3	20
108	4	4	3	3	4	3	21
109	5	3	4	3	3	3	21
110	4	4	4	4	3	4	23
111	4	3	3	3	3	4	20
112	2	3	3	3	3	3	17
113	5	3	3	3	3	4	21
114	4	4	3	3	3	3	20
115	4	3	3	4	4	4	22
116	5	3	3	3	3	5	22
117	5	3	3	3	3	4	21
118	5	3	3	3	3	4	21
119	4	4	4	5	4	3	24
120	5	3	4	5	3	4	24

Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total
P1 Pearson Correlation	1	.089	.039	1.000**	.039	.292	.062	.405*	.062	.117	.500**
P1 Sig. (2-tailed)		.640	.839	.000	.839	.117	.744	.026	.744	.537	.005
P1 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 Pearson Correlation	.089	1	.240	.089	.240	.359	.144	.096	.200	.965**	.695**
P2 Sig. (2-tailed)	.640		.202	.640	.202	.052	.448	.613	.290	.000	.000
P2 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 Pearson Correlation	.039	.240	1	.039	1.000**	.081	.071	-.133	.254	.327	.580**
P3 Sig. (2-tailed)	.839	.202		.839	.000	.672	.711	.485	.176	.078	.001
P3 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 Pearson Correlation	1.000**	.089	.039	1	.039	.292	.062	.405*	.062	.117	.500**
P4 Sig. (2-tailed)	.000	.640	.839		.839	.117	.744	.026	.744	.537	.005
P4 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5 Pearson Correlation	.039	.240	1.000**	.039	1	.081	.071	-.133	.254	.327	.580**
P5 Sig. (2-tailed)	.839	.202	.000	.839		.672	.711	.485	.176	.078	.001
P5 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6 Pearson Correlation	.292	.359	.081	.292	.081	1	.640**	.082	-.050	.336	.527**
P6 Sig. (2-tailed)	.117	.052	.672	.117	.672		.000	.667	.792	.069	.003
P6 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7 Pearson Correlation	.062	.144	.071	.062	.071	.640**	1	.333	.002	.134	.410*
P7 Sig. (2-tailed)	.744	.448	.711	.744	.711	.000		.072	.993	.479	.025
P7 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8 Pearson Correlation	.405*	.096	-.133	.405*	-.133	.082	.333	1	.114	.146	.366*
P8 Sig. (2-tailed)	.026	.613	.485	.026	.485	.667	.072		.548	.442	.046
P8 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9 Pearson Correlation	.062	.200	.254	.062	.254	-.050	.002	.114	1	.229	.455*
P9 Sig. (2-tailed)	.744	.290	.176	.744	.176	.792	.993	.548		.223	.012
P9 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10 Pearson Correlation	.117	.965**	.327	.117	.327	.336	.134	.146	.229	1	.746**
P10 Sig. (2-tailed)	.537	.000	.078	.537	.078	.069	.479	.442	.223		.000
P10 N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Tota Pearson Correlation	.500**	.695**	.580**	.500**	.580**	.527**	.410*	.366*	.455*	.746**	1
I Sig. (2-tailed)	.005	.000	.001	.005	.001	.003	.025	.046	.012	.000	
I N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4 : Hasil Analisis Data Validitas Atmosfer Toko (X2)

Correlations										
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
P1	Pearson Correlation	1	.005	.132	.208	.226	.148	.256	.212	.423*
	Sig. (2-tailed)		.977	.488	.269	.230	.434	.172	.260	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.005	1	.184	.269	.643**	.121	.333	.325	.553**
	Sig. (2-tailed)	.977		.331	.150	.000	.524	.072	.079	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.132	.184	1	.152	.224	.247	.213	.834**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.488	.331		.424	.234	.189	.259	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.208	.269	.152	1	.320	.429*	.935**	.315	.689**
	Sig. (2-tailed)	.269	.150	.424		.085	.018	.000	.090	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.226	.643**	.224	.320	1	.130	.349	.339	.634**
	Sig. (2-tailed)	.230	.000	.234	.085		.493	.058	.067	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.148	.121	.247	.429*	.130	1	.532**	.376*	.577**
	Sig. (2-tailed)	.434	.524	.189	.018	.493		.002	.041	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.256	.333	.213	.935**	.349	.532**	1	.415*	.772**
	Sig. (2-tailed)	.172	.072	.259	.000	.058	.002		.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.212	.325	.834**	.315	.339	.376*	.415*	1	.786**
	Sig. (2-tailed)	.260	.079	.000	.090	.067	.041	.022		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.423*	.553**	.631**	.689**	.634**	.577**	.772**	.786**	1
	Sig. (2-tailed)	.020	.002	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	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).										

Lampiran 5 : Hasil Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Cronbach's Alpha
0.730

N of Items
10

Lampiran 6 : Hasil Uji Realibilitas Atmosfer Toko (X2)

Cronbach's Alpha
0.789

N of Items
8

Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Validitas Volume Penjualan (Y)

Correlations							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
Pearson Correlation	1	.024	.968**	.063	.123	.968**	.694**
P1 Sig. (2-tailed)		.902	.000	.742	.518	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.024	1	.022	.233	.333	.084	.442*
P2 Sig. (2-tailed)	.902		.909	.216	.072	.659	.015
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.968**	.022	1	.009	.070	.939**	.654**
P3 Sig. (2-tailed)	.000	.909		.962	.714	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.063	.233	.009	1	.939**	.116	.694**
P4 Sig. (2-tailed)	.742	.216	.962		.000	.542	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.123	.333	.070	.939**	1	.175	.756**
P5 Sig. (2-tailed)	.518	.072	.714	.000		.354	.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.968**	.084	.939**	.116	.175	1	.735**
P6 Sig. (2-tailed)	.000	.659	.000	.542	.354		.000
N	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.694**	.442*	.654**	.694**	.756**	.735**	1
Total Sig. (2-tailed)	.000	.015	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

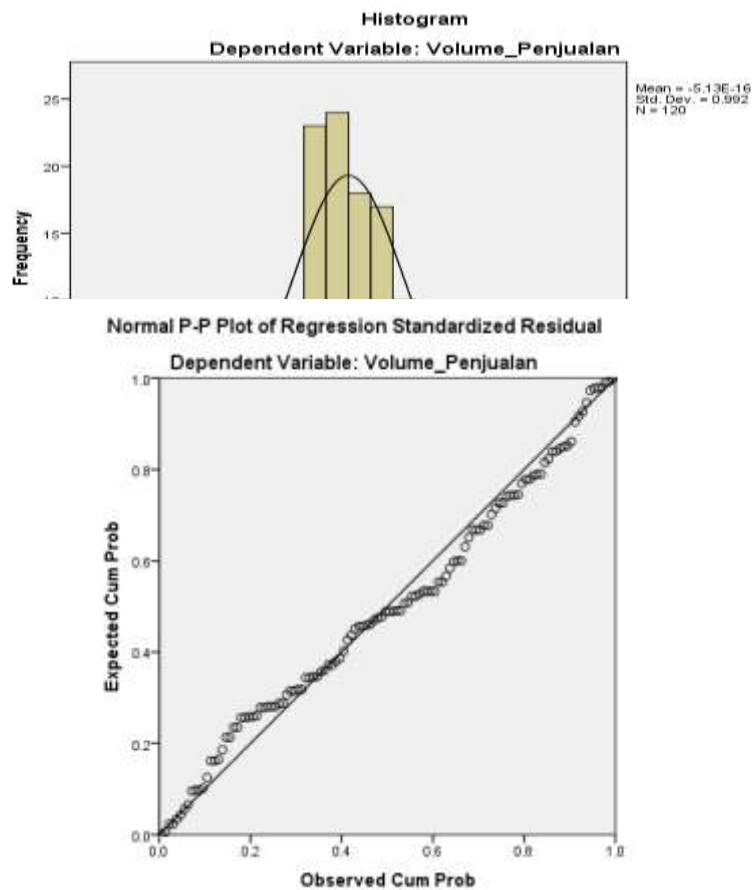
Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas Volume Penjualan (Y)

Cronbach's Alpha
0.736

N of Items
6

Lampiran 9 : Hasil Uji Normalitas

Grafik Histogram



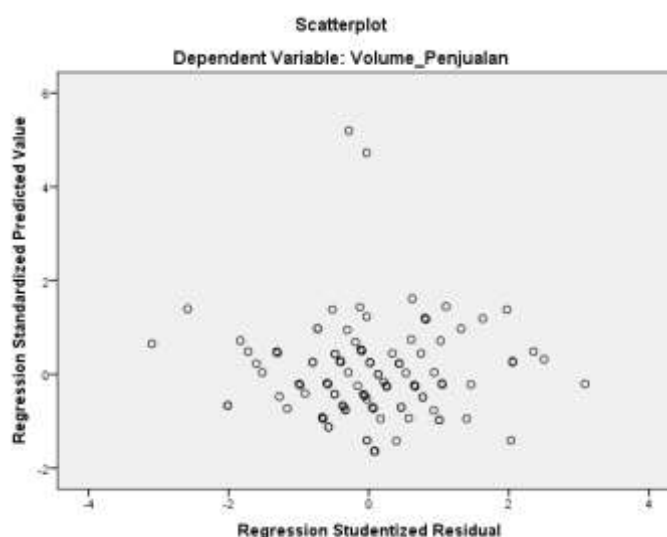
One Sample Kolmogorov – Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	37.13
	Std. Deviation	3.329
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.113
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		1.238
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 10 : Hasil Uji Heterokedastisitas Grafik *Scatterplot*



Lampiran 11 : Hasil uji Analisis Regresi Linear

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.424 ^a	.180	.165	2.465

a. Predictors: (Constant), Atmosfer_Toko, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Volume_Penjualan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	155.581	2	77.790	12.799	.000 ^b
Residual	711.086	117	6.078		
Total	866.667	119			

a. Dependent Variable: Volume_Penjualan

b. Predictors: (Constant), Atmosfer_Toko, Kualitas_Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.595	3.581		1.283	.202
1 Kualitas_Pelayanan	.263	.068	.325	3.873	.000
Atmosfer Toko	.278	.081	.290	3.454	.001

a. Dependent Variable: Volume_Penjualan

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 -

df	Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 -

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 -

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 -

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 -

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 -

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	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
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

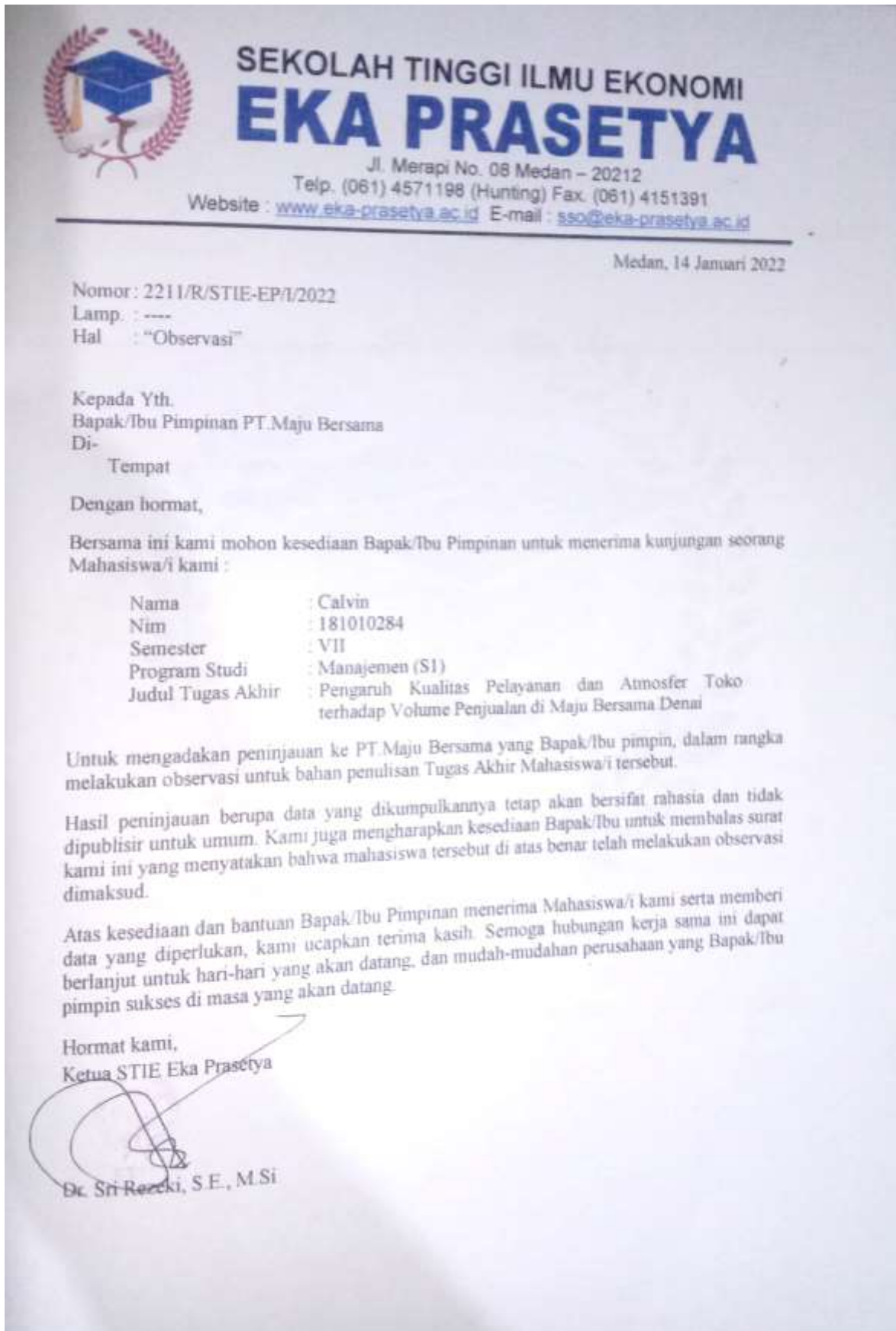
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298





PT. Maju Bersama Denai
Jl.Denai no.245 Kec. Medan Denai
Telp/Fax. (061)7326066, Email : majushop88@gmail.com
MEDAN – Sumatera Utara

Surat Keterangan

Yang bertanda tangan dibawah ini, Store Manajer Maju Bersama Denai, Kecamatan Medan Denai, Kota Medan, Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

Nama : Calvin
NIM : 181010284
Semester : VIII
Program Studi : Manajemen

Telah melakukan peninjauan ke Maju Bersama Denai dalam rangka observasi untuk penulisan Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Toko Terhadap Volume Penjualan di Maju Bersama Denai".

Demikianlah Surat Keterangan ini disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 13 Febuari 2022
Store Manajer Maju Bersama Denai



Johanda



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Calvin
NIM : 183010069
PROGRAM STUDI : Manajemen Pemasaran A

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Selasa 17 Maret 2020	Kevin JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Brand Awareness, Price dan Volume terhadap Keputusan Konsumen Pada P.T. BBRK Kualanaman HOB	161010092	Myl
2	Selasa 17 Maret 2020	Monica JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Persediaan dan Kualitas produk terhadap volume Penjualan Pada P.T. Bijiati Bejo Markmur Abadi	161010040	
3	Selasa 17 Maret 2020	Therinus Halim JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Strategi Pemasaran, Harga dan minat pembelian Konsumen terhadap keputusan pembelian pada PT. MCV Tolata Makmur Solusi	161010025	
4	Senin 14 Februari 2022	Thomas JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada P.T. Berlian Elka Sukses Tun	181010119	JRS
5	Senin 14 Februari 2022	Muhammad Adli JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Saluran Distribusi dan Persediaan Barang Terhadap Keputusan Pembelian Pada P.T. Indukir Irvion	181010100	
		Serita Tjandjaja Alind Yanti No 103 AB Medan JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, ...20....
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



Nama Mahasiswa : ...
NIM : ...
Konsentrasi : ... Kelas : ...
Nomor HP, No. WA : ... Email : ...
Alamat Tinggal : ...
Dosen Pembimbing Akademik : ... TTD :

...
...

Dosen Pembimbing I
Dr. ...

Dosen Pembimbing II
Dr. ...

Mahasiswa
...

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing	
			I	II
1	16/12/2021	Ajil Judul		
2	11/12-2021	Perbaiki format penulisan Bab 1 (lihat panduan)		
3	13/12-2021	Bab 1 : Tabel format penulisan & analisis Bab 2 : Teori dari masing-masing variabel (lihat di Bab 1 & 2)		
4	17/12-2021	Bab 1 : Analisis hasil II Bab 2 : Teori dari masing-masing variabel (lihat di Bab 1 & 2)		
5	18/12-2021	Bab 1, Bab 2, dan Bab 3 lanjut ke Bab 3		
6	08/1-2022	Bab 1, Bab 2, dan Bab 3 lanjut ke Bab 3		
7	10-1-2022	Buat tabel jenis pelayanan yg diberikan		
8		Buat lampiran foto Atmosfer toko dari		
9		Sesmana yg kurang pas		
10		Perbaiki Identifikasi		
11		Cek kebenaran sesuai buku		
12				
13	20-1-2022	Perbaiki kuesioner		
14		Perbaiki kuesionernya		
15	4-2-2022	ACC Simpro		
16	7-2-2022	Penulisan Bab 4 masih revisi		
17	12-2-2022	Revisi Bab 4		
18	17-2-2022	Revisi yg diperlukan (Bab 4)		
19	19-2-2022	Revisi Bab 4 & Bab 5		
20	21-2-2022	ACC sebelum penulisan & lanjut ke Bab 5		
21	24-2-2022	Perbaikan Penulisan Bab IV & Implikasi Manajerial Bab V		
22	27-2-2022	Perbaiki Bab 1 dan 5		
23	30-2-2022	Implikasi dan Simpulan		
24	3-3-2022	ACC sidang magang akhir		
25	31-3-2022	ACC sidang magang akhir		

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Calvin

NIM : 181010284

Tempat & Tanggal Lahir : Medan, 15 Juni 1998

No Handphone : 089678295241

Agama : Budha

Email : calvinultima@gmail.com

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Nama Perusahaan : P.T. Prima Sahabat Bersama,tbk

Latar Belakang Pendidikan : 1. TK Methodist-3 (2002 - 2006)
2. SD Methodist-3 (2006 - 2012)
3. SMP Methodist-3 (2012 - 2014)
4. SMA Methodist-2 (2014 - 2016)
5. STIE - STMIK Mikroskil (2016 - 2018)
6. STIE Eka Prasetya (2018 - sekarang)

Nama Ayah : Alm. Suwanto

Nama Ibu : Tan Ai Lie

Alamat Orang Tua : Jalan Asia Baru no 71