

**PENGARUH PERSEDIAAN DAN ATRIBUT PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA AHUA KELONTONG  
MEDAN**

**SKRIPSI**



**STIE EKA PRASETYA**

**Ditulis Oleh :  
ERICA TANIYEK  
171010095**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN  
STIE EKA PRASETYA  
MEDAN  
2021**

**Judul** : **PENGARUH PERSEDIAAN DAN ATRIBUT  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA AHUA  
KELONTONG MEDAN**

**Nama** : **Erica Taniyek**

**NIM** : **171010095**

**Program Studi** : **Manajemen**

**Perguruan Tinggi** : **STIE Eka Prasetya**

**Disetujui Oleh  
Tim Pembimbing,**

**Pembimbing I,**



**Ihdina Gustina S.E., M.M.**  
**NIDN : 0120088303**

**Pembimbing II,**



**Edwin Sugesti Nasution, S.E., M.M.**  
**NIDN : 0106057101**

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

**Judul** : **PENGARUH PERSEDIAAN DAN ATRIBUT  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA AHUA KELONTONG MEDAN**

**Nama** : **Erica Taniyek**  
**NIM** : **171010095**  
**Jurusan** : **Manajemen**  
**Perguruan Tinggi** : **STIE Eka Prasetya**

**Pada 07 Juli 2021**  
**Dewan Penguji**

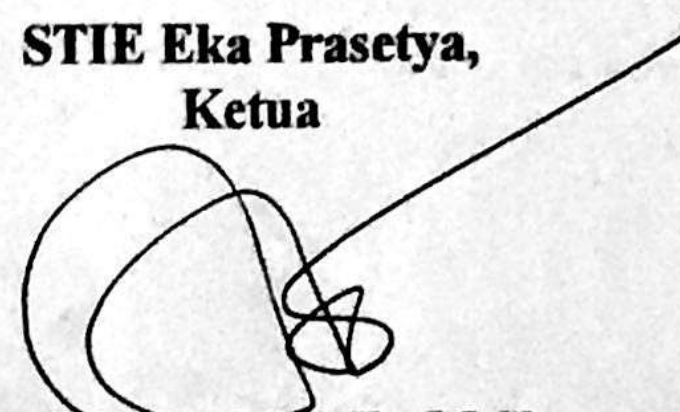
**Penguji I** : **Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.**  
**NIDN** : **0006037202**

(  )

**Penguji II** : **Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.**  
**NIDN** : **0124028902**

(  )

**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 Skripsi dan tugas pribadi yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Skripsi, adalah benar-benar hasil Skripsi/pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil Skripsi atau pekerjaan orang lain dalam Skripsi dan/atau tugas pribadi saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan. Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut diatas maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

|                                     |                                                                                                         |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama                                | Erica Taniyek                                                                                           |
| NIM                                 | 171010095                                                                                               |
| Judul Skripsi                       | Pengaruh Persediaan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ahua Kelontong Medan. |
| Pembimbing Skripsi yang diusulkan : |                                                                                                         |
| Pembimbing – I                      | Ihdina Gustina, S.E., M.M.                                                                              |
| Pembimbing – II                     | Edwin Sugesti Nasution, S.E., M.M.                                                                      |

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

Medan, 07 Juli 2021



Erica Taniyek  
171010095

## **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 dengan judul **“PENGARUH PERSEDIAAN DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA AHUA KELONTONG MEDAN”** sesuai dengan waktu yang sudah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, ST.
2. Ketua STIE Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Fransiska Karolina Tampubolon, M.Pd.
4. Wakil Ketua Dua Bidang Keuangan STIE Eka Prasetya Bapak Herry Andipoh, B.Comm.
5. Wakil Ketua Tiga Bidang Kemahasiswaan STIE Eka Prasetya Bapak Junaidi Habidin, S.M.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M., sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi ini.
7. Bapak Edwin Sugesti Nasution, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya Skripsi.

8. Kepala Bagian Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E.
9. Kepala Bagian Keuangan STIE Eka Prasetya Ibu Elysa, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai STIE Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua saya yang tercinta, saudara-saudari saya serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moral, materil 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 bermanfaat bagi pembaca. Terima Kasih.

**Medan, 07 Juli 2021**

**Pemulis**



**Erica Tamiyek**  
**171010095**

## ABSTRAK

**Erica Taniyek, 171010095, 2021, Pengaruh Persediaan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ahua Kelontong Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Ihdina Gustina, S.E., M.M., Pembimbing II: Edwin Sugesti Nasution, S.E., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persediaan terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong Medan, mengetahui pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong Medan, mengetahui pengaruh Persediaan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong Medan.

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 dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2020 sebanyak 2.984 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 97 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 4,537 + 0,344 Persediaan + 0,342 Atribut Produk + e**.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Persediaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong Medan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu  $t_{hitung} 5,041 > t_{tabel} 1,661$ . Hasil analisis menunjukkan Atribut Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong Medan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial yaitu  $t_{hitung} 5,839 > t_{tabel} 1,661$ .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persediaan dan Atribut Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong Medan berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan yaitu sebesar  $F_{hitung} 29,061 > F_{tabel} 2,36$ . Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R square ( $R^2$ ) = 0,382 atau 38,2% yang artinya bahwa Persediaan dan Atribut Produk secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 38,2% terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong Medan. Sedangkan sisanya 61,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, harga, kepuasan dan variabel lainnya.

**Kata Kunci: Persediaan, Atribut Produk, Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

***Erica Taniyek, 171010095, 2021, The Influence of Inventory and Product Attributes on Consumer Purchasing Decisions at Ahua Kelontong Medan, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I: Ihdina Gustina, S.E., M.M., Advisor II: Edwin Sugesti Nasution, S.E., M.M.***

*This study aims to determine the effect of Inventory on Purchasing Decisions at Ahua Kelontong Medan, determine the effect of Product Attributes on Purchasing Decisions at Ahua Kelontong Medan, determine the effect of Inventory and Product Attributes on Purchasing Decisions at Ahua Kelontong Medan.*

*The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this research is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numerals. The data sources are primary data and secondary data. Primary data is obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data is obtained from data and literature regarding the issues discussed. The population in this study were all consumers who made purchases at the company during the 2020 period as many as 2,984 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the total sample size is 97 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis provide the Purchasing Decision equation =  $4.537 + 0.344 \text{ Inventory} + 0.342 \text{ Product Attributes} + e$ .*

*The results of the research analysis show that Inventory has a positive and significant effect on Purchasing Decisions at Ahua Kelontong Medan based on the results of partial hypothesis testing, namely  $t_{count} 5.041 > t_{table} 1.661$ . The results of the analysis show that the Product Attributes have a positive and significant effect on Purchasing Decisions at Ahua Kelontong Medan based on the partial hypothesis test results, namely  $t_{count} 5.839 > t_{table} 1.661$ .*

*The results showed that Inventory and Product Attributes had a positive and significant effect on Purchasing Decisions at Ahua Kelontong Medan based on the results of simultaneous hypothesis testing, namely  $F_{count} 29.061 > F_{table} 2.36$ . The results of this study are supported by the value of R square ( $R^2$ ) = 0.382 or 38.2%, which means that the Inventory and Product Attributes simultaneously have an effect of 38.2% on Purchasing Decisions at Ahua Grocery in Medan. While the remaining 61.8% is influenced by other factors that come from outside this research model such as service quality, product quality, location, price, satisfaction and other variables.*

***Keywords: Inventory, Product Attributes, Purchasing Decisions.***

## **MOTTO**

**“The saddest moment is when the one who gave  
you the best memories become memory.”**

***(Jaguar Siantich)***

**“A hungry stomach, an empty wallet and a broken  
heart can teach you the best lessons of life.”**

***(Robbin Williams)***

## PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk :

TUHAN ku yang tak henti menyayangiku. Terimakasih

Banyak...

Bapak, Ibu dan seluruh keluarga yang selalu dihatiku. Terimakasih

atas semuanya, maafkan semua kesalahanku jika aku pernah

menyakiti kalian..

Buat kamu, yeah dirimu yang selalu membilang diriku bodoh dan menurunkan

semangatku, I hate you.. tapi makasih banyak,

sekarang skripsiku uda selesai, kalo kamu ga marah-marah

mungkin Skripsiku gak akan selesai... thanks hunie, I love You 3000.

For all my besties, makasih

yaaa kalian sudah repot bantuin cariin data, ngeprint, antar

jemput, tim sorak selama aku menyusun Skripsi. Lupa you pull

## DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

KATA PENGANTAR..... iv

ABSTRAK ..... vi

ABSTRACT ..... vii

MOTTO ..... viii

PERSEMBAHAN..... ix

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR TABEL..... xiii

DAFTAR GAMBAR..... xv

DAFTAR LAMPIRAN .....xvi

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang ..... 1

1.2 Identifikasi Masalah.....4

1.3 Batasan Masalah.....5

1.4 Rumusan Masalah .....5

1.5 Tujuan Penelitian .....6

1.6 Kegunaan Penelitian.....6

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU**

|         |                                      |    |
|---------|--------------------------------------|----|
| 2.1     | Landasan Teori.....                  | 7  |
| 2.1.1   | Teori Keputusan Pembelian .....      | 7  |
| 2.1.1.1 | Pengertian Keputusan Pembelian ..... | 7  |
| 2.1.1.2 | Indikator Keputusan Pembelian .....  | 8  |
| 2.1.2   | Teori Tentang Persediaan .....       | 9  |
| 2.1.2.1 | Pengertian Persediaan .....          | 9  |
| 2.1.2.2 | Indikator Persediaan.....            | 10 |
| 2.1.3   | Teori Tentang Atribut Produk.....    | 11 |
| 2.1.3.1 | Pengertian Atribut Produk .....      | 11 |
| 2.1.3.2 | Indikator Atribut Produk.....        | 12 |
| 2.2     | Penelitian Terdahulu .....           | 13 |
| 2.3     | Kerangka Konseptual .....            | 14 |
| 2.4     | Hipotesis Penelitian.....            | 14 |

## **BAB III METODE PENELITIAN**

|       |                                   |    |
|-------|-----------------------------------|----|
| 3.1   | Lokasi dan Waktu Penelitian ..... | 15 |
| 3.1.1 | Lokasi Penelitian .....           | 15 |
| 3.1.2 | Waktu Penelitian.....             | 15 |
| 3.2   | Jenis dan Sumber Data .....       | 15 |
| 3.2.1 | Jenis Data .....                  | 15 |
| 3.2.2 | Sumber Data.....                  | 15 |
| 3.3   | Populasi dan Sampel .....         | 16 |

|         |                                                   |    |
|---------|---------------------------------------------------|----|
| 3.3.1   | Populasi Penelitian.....                          | 16 |
| 3.3.2   | Sampel Penelitian.....                            | 16 |
| 3.4     | Definisi Operasional Variabel Penelitian.....     | 17 |
| 3.5     | Teknik Pengumpulan Data.....                      | 18 |
| 3.6     | Teknik Analisis Data.....                         | 19 |
| 3.6.1   | Uji Validitas .....                               | 20 |
| 3.6.2   | Uji Reliabilitas .....                            | 21 |
| 3.6.3   | Uji Asumsi Klasik.....                            | 21 |
| 3.6.3.1 | Uji Normalitas.....                               | 21 |
| 3.6.3.2 | Uji Multikolinieritas.....                        | 23 |
| 3.6.3.3 | Uji Heteroskedastisitas.....                      | 23 |
| 3.6.4   | Analisis Regresi Linier Berganda .....            | 24 |
| 3.6.5   | Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....  | 24 |
| 3.6.6   | Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F) ..... | 25 |
| 3.6.7   | Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....              | 25 |

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|         |                                     |    |
|---------|-------------------------------------|----|
| 4.1     | Gambaran Umum Penelitian .....      | 26 |
| 4.1.1   | Sejarah Singkat Toko.....           | 26 |
| 4.2     | Hasil Penelitian .....              | 26 |
| 4.2.1   | Karakteristik Responden.....        | 26 |
| 4.2.2   | Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 29 |
| 4.2.2.1 | Uji Validitas.....                  | 29 |
| 4.2.2.2 | Uji Reliabilitas .....              | 32 |

|         |                                                 |    |
|---------|-------------------------------------------------|----|
| 4.2.3   | Uji Asumsi Klasik .....                         | 33 |
| 4.2.3.1 | Uji Normalitas .....                            | 33 |
| 4.2.3.2 | Uji Multikolinieritas .....                     | 37 |
| 4.2.3.3 | Uji Heteroskedastisitas .....                   | 38 |
| 4.2.4   | Teknik Analisis Data .....                      | 39 |
| 4.2.4.1 | Analisis Regresi Linier Berganda.....           | 39 |
| 4.2.4.2 | Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)..... | 41 |
| 4.2.4.3 | Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) ... | 42 |
| 4.2.4.4 | Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....       | 44 |
| 4.3     | Pembahasan .....                                | 45 |

## **BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN**

### **AKADEMIS**

|     |                            |    |
|-----|----------------------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan .....           | 48 |
| 5.2 | Implikasi Manajerial ..... | 49 |
| 5.3 | Saran Akademis .....       | 50 |

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **SURAT IJIN RISET**

### **SURAT BALASAN RISET**

### **FOTOCOPY KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL**

### **FOTOCOPY KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

|            |                                                                     |    |
|------------|---------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1  | Data Penjualan Ahua Kelontong Periode 2016 s.d. 2020 .....          | 3  |
| Tabel 2.1  | Penelitian Terdahulu.....                                           | 13 |
| Tabel 3.1  | Definisi Operasional Variabel Penelitian .....                      | 18 |
| Tabel 3.2  | Skala <i>Likert</i> .....                                           | 19 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....           | 27 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....        | 27 |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Konsumen.            | 28 |
| Tabel 4.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pertimbangan<br>Pembelian ..... | 28 |
| Tabel 4.5  | Hasil Uji Validitas Variabel Persediaan ( $X_1$ ).....              | 30 |
| Tabel 4.6  | Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Produk ( $X_2$ ).....          | 30 |
| Tabel 4.7  | Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....          | 31 |
| Tabel 4.8  | Uji Reliabilitas Variabel Persediaan ( $X_1$ ).....                 | 32 |
| Tabel 4.9  | Uji Reliabilitas Variabel Atribut Produk ( $X_2$ ).....             | 33 |
| Tabel 4.10 | Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....             | 33 |
| Tabel 4.11 | Hasil Pengujian Statistik Normalitas .....                          | 36 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji Multikolinieritas.....                                    | 37 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....                    | 40 |
| Tabel 4.14 | Hasil Pengujian Parsial (Uji-t) .....                               | 42 |
| Tabel 4.15 | Hasil Pengujian Serempak (Uji-F).....                               | 44 |
| Tabel 4.16 | Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....                            | 44 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....</b>                          | <b>14</b> |
| <b>Gambar 4.1 Grafik Histogram.....</b>                             | <b>34</b> |
| <b>Gambar 4.2 Normal <i>Probability Plot of Regression</i>.....</b> | <b>35</b> |
| <b>Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>.....</b>                    | <b>38</b> |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner**
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas**
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Persediaan ( $X_1$ )**
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Persediaan ( $X_1$ )**
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Atribut Produk ( $X_2$ )**
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Atribut Produk ( $X_2$ )**
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)**
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)**
- Lampiran 9 Tabulasi Angket Responden**
- Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas**
- Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik *Scatterplot***
- Lampiran 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berkembangnya era modernisasi ternyata memberikan pengaruh terhadap orientasi perkembangan kota-kota metropolitan yang ada seperti banyaknya pembangunan infrastruktur dengan konsep lebih modern sampai pada pembangunan pasar dengan konsep yang lebih modern. Oleh sebab itu, semakin meningkatnya pertumbuhan pasar modern tentunya membawa sebuah dampak yang sangat buruk bagi perkembangan pasar tradisional. Kegiatan sehari-hari masyarakat yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan perdagangan atau kegiatan jual beli untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transformasi industri ritel secara signifikan berdampak pada kegiatan perdagangan tersebut terutama bagi toko ataupun pengusaha yang ada pada pasar tradisional.

Dengan adanya ekspansi besar-besaran dari perusahaan ritel modern dan perkembangan budaya konsumsi oleh masyarakat akan mengancam keberadaan dan keberlangsungan dari usaha ritel berskala kecil sehingga toko ritel kecil membutuhkan tindakan operasional yang lebih efisien dan optimalisasi sumber daya yang ada dalam toko untuk menarik konsumen melakukan pembelian pada produknya. Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan (Firmansyah, 2018:27). Ditengah kondisi yang tidak menentu, toko

ritel berskala kecil harus dapat mengambil keuntungan ataupun kelebihan yang dimilikinya dan mengimplementasikan berbagai strategi yang ampuh agar dapat menjaga keberlangsungan usaha tokonya.

Ahwa Kelontong merupakan salah satunya toko yang terkena dampak dari berkembangnya era modernisasi. Ahwa Kelontong merupakan salah satu toko yang bergerak dalam bidang penjualan berbagai produk kelontong seperti beras, minyak, gula dan sebagainya. Ahwa Kelontong saat ini dinilai sedang mengalami penurunan pada penjualannya dimana data penjualannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Ahwa Kelontong Periode 2016 sampai dengan 2020**

| <b>Tahun</b> | <b>Jumlah Penjualan</b> | <b>Jumlah Konsumen</b> |
|--------------|-------------------------|------------------------|
| 2016         | Rp. 315.248.000         | 7.349                  |
| 2017         | Rp. 287.937.000         | 6.905                  |
| 2018         | Rp. 263.558.000         | 6.433                  |
| 2019         | Rp. 257.306.000         | 5.672                  |
| 2020         | Rp. 104.724.000         | 2.984                  |

Sumber: Ahwa Kelontong, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah penjualan produk Ahwa Kelontong dinilai sedang mengalami penurunan dimana pada tahun 2016, jumlah penjualan toko dapat mencapai sebanyak Rp. 315.248.000 dengan jumlah konsumen sebanyak 7.349 konsumen, sedangkan pada tahun 2017, jumlah penjualan menurun menjadi Rp. 287.937.000 dengan jumlah konsumen hanya sebanyak 6.905 konsumen saja. Untuk tahun 2018, jumlah penjualan mencapai Rp. 263.558.000 sedangkan pada tahun 2019 hanya mencapai Rp. 257.306.000. Sama halnya pada tahun 2020 yang dinilai mengalami penurunan penjualan dengan drastis karena adanya pandemi corona yang membuat masyarakat

mengurangi aktivitasnya diluar rumah. Penurunan yang terjadi pada tahun 2016 sampai dengan 2019 dinilai karena Keputusan Pembelian konsumen pada toko ritel telah mengalami penurunan dimana untuk saat ini, konsumen memiliki banyak sekali alternatif pilihan pasar modern seperti Brastagi, Maju Bersama, Suzuya, Kasimura ataupun Indomaret dan Alfamart yang dinilai memiliki lebih banyak pilihan produk dan kenyamanan dalam berbelanja dibandingkan toko.

Menurunnya Keputusan Pembelian konsumen diduga karena Persediaan toko yang masih kurang dimana Persediaan merupakan pembentuk hubungan antara produksi dan penjualan produk yang memberikan fleksibilitas dalam pembelian, jadwal produksi, dan pemberian jasa kepada pelanggan (Arifin, 2018:37). Saat ini toko dinilai sedang kekurangan akan Persediaan produknya sehingga banyak konsumen yang mengeluhkan bahwa toko tidak lengkap dan membuat konsumen harus ke tempat lainnya lagi untuk membeli produk lainnya. Toko dinilai sedang mengurangi jumlah Persediaan terhadap produk yang lebih sulit untuk dijual sehingga Persediaan produk dalam toko semakin hari semakin sedikit jumlahnya. Adapun sistem pengendalian Persediaan toko juga dinilai masih kurang baik seperti konsumen yang ingin melakukan pembelian beras dan toko memberikan produk terbaru sehingga membuat produk lama yang tertimpa menjadi lama terjual dan membuat produk mengalami kerusakan.

Selain itu, Atribut Produk juga diduga penting dalam menarik Keputusan Pembelian konsumen. Atribut Produk adalah unsur yang menjadi pembeda atau pengembangan pada suatu produk sehingga memberikan nilai tambah, manfaat dan juga menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan Keputusan Pembelian

(Firmansyah, 2019:12). Atribut Produk yang ditawarkan oleh toko juga dinilai masih kurang seperti harga yang lebih tinggi dan juga kemasan yang telah kusam sehingga membuat konsumen semakin lama semakin tidak berniat untuk membeli pada toko dan mulai beralih ke pasar modern yang dinilai memiliki harga yang lebih terjangkau murah dan juga kemasan yang lebih baik. Adapun pelayanan toko yang dinilai masih kurang seperti lamanya pengambilan produk yang dibutuhkan konsumen dan lamanya proses transaksi pembayaran karena hanya hanya memiliki 1 tempat pembayaran saja. Terlebih lagi beberapa produk juga dinilai telah berkurang kualitasnya atau telah memiliki kualitas yang kurang baik sehingga konsumen terkadang merasa tidak puas dengan produk yang ditawarkan oleh toko.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan dengan judul **“PENGARUH PERSEDIAAN DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA AHUA KELONTONG MEDAN.”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Disinyalir peningkatan Keputusan Pelanggan disebabkan oleh:

1. Persediaan toko masih kurang sehingga konsumen mengeluhkan bahwa toko tidak lengkap. Toko juga dinilai sedang mengurangi jumlah Persediaan terhadap produk yang lebih sulit untuk dijual sehingga Persediaan produk dalam toko semakin hari semakin sedikit jumlahnya.

2. Atribut Produk dinilai masih kurang seperti harga yang lebih tinggi dan juga kemasan yang telah kusam. Adapun pelayanan toko yang dinilai masih kurang seperti lamanya pengambilan produk yang dibutuhkan konsumen dan lamanya proses transaksi pembayaran. Terlebih lagi beberapa produk juga dinilai telah berkurang kualitasnya atau telah memiliki kualitas yang kurang baik sehingga konsumen terkadang merasa tidak puas dengan produk yang ditawarkan oleh toko.

### **1.3 Batasan Masalah**

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Persediaan ( $X_1$ ) dan Atribut Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Objek penelitian ini adalah konsumen Ahua Kelontong

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu :

1. Apakah ada pengaruh Persediaan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Ahua Kelontong Medan?
2. Apakah ada pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Ahua Kelontong Medan?
3. Apakah ada pengaruh Persediaan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Ahua Kelontong Medan?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Persediaan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Ahua Kelontong Medan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Ahua Kelontong Medan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Persediaan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Ahua Kelontong Medan.

### **1.6 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain :

1. Bagi Ahua Kelontong  
Sebagai dasar peningkatan keunggulan dalam bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Persediaan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Ahua Kelontong Medan.
2. Bagi Akademisi  
Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Persediaan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Keputusan Pembelian**

###### **2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian**

Menurut Firmansyah (2018:27), Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Menurut Rossanty, dkk (2018:14), Keputusan Pembelian merupakan kontinum yang terdiri dari 2 dimensi yaitu dimensi yang menunjukkan adanya keterlibatan dari konsumen dalam keputusan membeli dan dimensi yang menunjukkan jumlah informasi yang dibutuhkan konsumen untuk dapat membuat keputusan dengan mencari informasi dan mempertimbangkan berbagai alternatif.

Menurut Morissan (2015:111), Keputusan Pembelian adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli namun Keputusan Pembelian tersebut tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya.

Menurut Tjiptono dan Diana (2019:47), Keputusan Pembelian merupakan respon yang didapatkan lewat pembelajaran atas pengaruh dari lingkungan.

Menurut Sunyoto (2015:88), pengambilan keputusan merupakan proses kognitif yang mempersatukan memori, pemikiran, pemrosesan informasi dan penilaian-penilaian secara evaluatif.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

#### **2.1.1.2 Indikator Keputusan Pembelian**

Menurut Firmansyah (2018:27), dengan demikian seorang konsumen dalam melakukan keputusan membeli terdapat beberapa pengukuran yaitu:

1. **Pengenalan Masalah (*Problem Recoqnition*)**

Proses pembelian oleh konsumen diawali sejak pembeli mengenali kebutuhan atau masalah. Kebutuhan tersebut dapat ditimbulkan oleh rangsangan internal atau eksternal.

2. **Pencari Informasi (*Informasi Search*)**

Setelah konsumen yang terangsang kebutuhannya, konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Orang lebih peka terhadap informasi produk. Pencarian informasi dapat bersifat aktif atau pasif, internal atau eksternal, pencarian informasi yang bersifat aktif dapat berupa kunjungan terhadap beberapa toko untuk membuat perbandingan, sedangkan pencarian pasif hanya membaca iklan di majalah atau surat kabar tanpa mempunyai tujuan khusus tentang gambaran produk yang diinginkan.

3. **Evaluasi Alternatif (*Alternative Evaluation*)**

Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin tentang banyak

hal, selanjutnya konsumen harus melakukan penilaian tentang beberapa alternatif yang ada dan menentukan langkah selanjutnya. Evaluasi mencerminkan keyakinan dan sikap yang mempengaruhi perilaku pembelian mereka.

#### 4. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Setelah tahap-tahap dilakukan, sekarang saatnya bagi pembeli untuk menentukan pengambilan keputusan apakah jadi membeli atau tidak. Konsumen bisa mengambil beberapa sub keputusan yang meliputi merek, pemasok, jumlah, waktu pelaksanaan dan metode pembayaran.

#### 5. Perilaku Pasca Pembelian (*Post-Purchase Behavior*)

Pemasar harus memperhatikan konsumen setelah melakukan pembelian produk. Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau tidak ada kepuasan. Ada kemungkinan bahwa pembeli memiliki ketidakpuasan setelah membeli.

### 2.1.2 Teori Tentang Persediaan

#### 2.1.2.1 Pengertian Persediaan

Menurut Arifin (2018:37), Persediaan merupakan pembentuk hubungan antara produksi dan penjualan produk yang memberikan fleksibilitas dalam pembelian, jadwal produksi, dan pemberian jasa kepada pelanggan.

Menurut Vikaliana, dkk (2020:2), Persediaan merupakan salah satu unsur yang paling aktif dalam operasi perusahaan yang secara kontinu diperoleh, diubah, yang kemudian dijual kembali.

Menurut Riyadi (2017:107), Persediaan merupakan barang-barang yang tersedia untuk dijual dalam kegiatan bisnis normal.

Menurut Nuraini dan Andrianto (2020:108), Persediaan adalah suatu pos harga yang ditahan untuk dijual dalam kegiatan usaha,.

Menurut Julyanthry (2020:38), Persediaan merupakan sejumlah bahan atau barang yang disediakan oleh perusahaan, baik berupa barang jadi, barang mentah maupun barang dalam proses yang disediakan untuk menjaga kelancaran operasi perusahaan guna memenuhi permintaan konsumen setiap waktu.

Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Persediaan merupakan sejumlah bahan atau barang yang disediakan oleh perusahaan, baik berupa barang jadi, barang mentah maupun barang dalam proses yang disediakan untuk menjaga kelancaran operasi perusahaan guna memenuhi permintaan konsumen setiap waktu.

#### **2.1.2.2 Indikator Persediaan**

Menurut Arifin (2018:43), beberapa pengendalian Persediaan adalah sebagai berikut:

1. Sistem komputerisasi

Dengan komputerisasi, dimungkinkan pencatatan persediaan, pengurangan, dan pengelohan dilakukan dengan cepat. Selain itu komputer dapat menyediakan data kapan harus dilakukan pesanan kembali.

2. Sistem *just in time*

Pada prinsipnya, metode ini hanya mensinkronkan kecepatan bagian produksi dengan bagian pengiriman.

### 3. *Out sourcing*

Alternatif lain dalam pengendalian Persediaan ini adalah dengan cara membeli dari pihak luar. Dengan cara ini maka perusahaan tidak perlu harus memproduksi sendiri kualitas input yang diperlukan dalam proses produksi.

### 4. Sistem pengendalian ABC

Metode ini mengasumsikan bahwa pemakaian Persediaan relatif konstan. Metode ABC pada prinsipnya memperhatikan faktor harga atau nilai Persediaan, frekuensi pemakaian, risiko kehabisan barang, dan *lead time*.

### 5. *Material requirement planning* (MRP)

MRP pada hakikatnya merupakan sistem informasi yang berbasis komputer untuk penjadwalan produksi dan pembelian item produksi.

## 2.1.3 Teori Tentang Atribut Produk

### 2.1.3.1 Pengertian Atribut Produk

Menurut Firmansyah (2019:12), Atribut Produk adalah unsur yang menjadi pembeda atau pengembangan pada suatu produk sehingga memberikan nilai tambah, manfaat dan juga menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan Keputusan Pembelian.

Menurut Rozalena (2020:280), Atribut Produk merupakan suatu karakteristik yang spesifik berkenaan dengan produk dan memiliki unsur manfaat bagi pelanggan dan dasar pengambilan Keputusan Pembelian.

Menurut Istijanto (2020:146), Atribut Produk adalah karakteristik yang dimiliki oleh produk.

Menurut Siagian, dkk (2020:99), Atribut Produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan Keputusan Pembelian.

Menurut Arinawati dan Suryadi (2019:71), Atribut Produk adalah unsur yang sangat penting dalam sebuah produk yang biasanya menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil Keputusan Pembelian.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Atribut Produk adalah unsur yang menjadi pembeda atau pengembangan pada suatu produk sehingga memberikan nilai tambah, manfaat dan juga menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan Keputusan Pembelian.

#### **2.1.3.2 Indikator Atribut Produk**

Menurut Firmansyah (2019:12), Atribut Produk bisa berupa beberapa hal sebagai berikut:

1. Fitur
2. Kualitas
3. Harga
4. Kemasan
5. Merek
6. Garansi
7. Pelayanan

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mereferensi beberapa tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini seperti:

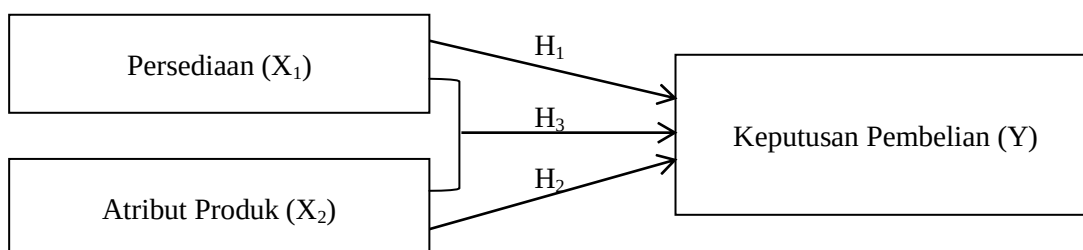
**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Peneliti (Tahun)                                                                                                                      | Judul Penelitian                                                                                                                                         | Variabel                                                                                                                                                            | Hasil Penelitian                                                                                                                                                       |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Rofikah Fitriana dan Suprehatin (2018)<br><br>Jurnal Agribisnis Indonesia, Vol.6, No.2, 2018. ISSN : 2579-3594<br><br>Bogor           | Aplikasi <i>Theory of Planned Behavior</i> dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Indonesia dan Malaysia | Independen<br>$X_1 = \text{Theory of Planned Behavior}$<br>$X_2 = \text{Atribut Produk}$<br><br>Dependen<br>$Y = \text{Keputusan Pembelian}$                        | Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan <i>theory of planned behavior</i> dan Atribut Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. |
| 2  | Viqrul Nadia Nur Laily, Ayun Maduwinarti dan Agung Pujianto (2019)<br><br>Jurnal, Vol.5, No.1, 2019. ISSN : 2443-1931<br><br>Surabaya | Pengaruh Daya Tarik Iklan, Atribut Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Rasa Jeruk Merek Floridina                 | Independen<br>$X_1 = \text{Daya Tarik Iklan}$<br>$X_2 = \text{Atribut Produk}$<br>$X_3 = \text{Persepsi Harga}$<br><br>Dependen<br>$Y = \text{Keputusan Pembelian}$ | Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan daya tarik iklan, Atribut Produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.  |
| 3  | Sudarto Usuli (2011)<br><br>Jurnal Ekomen, Vol.11, No.2, 2011. ISSN : 1693-9131<br><br>Poso                                           | Pengaruh Persediaan Terhadap Volume Penjualan Suku Cadang Pada CV. Metro Jaya Mandiri Poso                                                               | Independen<br>$X = \text{Persediaan}$<br><br>Dependen<br>$Y = \text{Volume Penjualan}$                                                                              | Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.                                              |
| 4  | Husaeri Priatna dan Mochamad Rudi Trisnawan (2016)<br><br>Jurnal Ilmiah Akuntansi, Vol.7, No.3, 2016. ISSN : 2086-4159<br>Bandung     | Pengaruh Persediaan Bahan Baku dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih CV. Cisatex di Daerah Majalaya                                                  | Independen<br>$X_1 = \text{Persediaan Bahan Baku}$<br>$X_2 = \text{Volume Penjualan}$<br><br>Dependen<br>$Y = \text{Laba Bersih}$                                   | Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Persediaan bahan baku dan volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.                   |

| No | Peneliti (Tahun)                                                                                                              | Judul Penelitian                                                                                                                                                                           | Variabel                                                                | Hasil Penelitian                                                                                                                 |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5  | Adriani Kusuma dan Hettia Kurnia Dewi (2017)<br><br>Jurnal Makro Manajemen, Vol.2, No.2, 2017. ISSN : 1238-2137<br><br>Madura | Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Pada Konsumen di Kelurahan Barurambat Timur, Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan) | Independen<br>X=Atribut Produk<br><br>Dependen<br>Y=Keputusan Pembelian | Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Atribut Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. |

### 2.3 Kerangka Konseptual

Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu :



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

### 2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini :

- H<sub>1</sub>: Adanya pengaruh Persediaan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Ahua Kelontong Medan.
- H<sub>2</sub>: Adanya pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Ahua Kelontong Medan.
- H<sub>3</sub>: Adanya pengaruh Persediaan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Ahua Kelontong Medan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **3.1.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi dilakukannya penelitian adalah Ahua Kelontong yang beralamat di jalan Pekong I, No. 27 A, Medan Polonia.

#### **3.1.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret 2021 sampai dengan Juni 2021.

### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.2.1 Jenis Data**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Wahyudi (2017:12), data kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan sebagainya.

#### **3.2.2 Sumber Data**

Menurut Wahyudi (2017:12) ada dua sumber data berdasarkan sumbernya yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu :

##### **1. Data Primer**

Merupakan data yang diambil dari sumbernya, serta belum pernah dipublikasi oleh instansi tertentu. Umumnya dihasilkan dari kegiatan

survei lapangan dan dengan menggunakan instrumen seperti kuesioner, daftar pertanyaan dan lainnya.

## 2. Data Sekunder

Merupakan data yang telah diolah dan dipublikasi oleh instansi tertentu misalnya data yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia maupun lembaga lainnya.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Menurut Jaya (2019:10), populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.

Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2020 sebanyak 2.984 konsumen.

#### **3.3.2 Sampel Penelitian**

Menurut Jaya (2019:10), sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 2.984 konsumen maka jumlah populasi

akan diperkecil dengan teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat error 10% dimana rumus slovin yang digunakan adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Toleransi Kesalahan (10%)

$$n = \frac{2.984}{1 + 2.984 \times 0.1^2}$$

$$= \frac{2.984}{1 + 0.2984}$$

$$= \frac{2.984}{1.2984}$$

$$= 2.297$$

$$= 97$$

Berdasarkan data dari jumlah populasi diatas yang berjumlah 2.984 konsumen dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan rumus slovin dengan penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 10% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 konsumen.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut ini adalah beberapa definisi operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

| <b>Variabel</b>                     | <b>Definisi Operasional</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Indikator</b>                                                                                                                                               | <b>Pengukuran</b>   |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Persediaan<br>(X <sub>1</sub> )     | Persediaan merupakan pembentuk hubungan antara produksi dan penjualan produk yang memberikan fleksibilitas dalam pembelian, jadwal produksi, dan pemberian jasa kepada konsumen.<br><br>Arifin (2018:37)                                                                                                                                | 1. Sistem komputerisasi<br>2. <i>Out scourcing</i><br>3. Sistem pengendalian ABC<br><br>Arifin (2018:43)                                                       | Skala <i>Likert</i> |
| Atribut Produk<br>(X <sub>2</sub> ) | Atribut Produk adalah unsur yang menjadi pembeda atau pengembangan pada suatu produk sehingga memberikan nilai tambah, manfaat dan juga menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan Keputusan Pembelian.<br><br>Firmansyah (2019:12)                                                                                                   | 1. Kualitas<br>2. Harga<br>3. Kemasan<br>4. Merek<br>5. Pelayanan<br><br>Firmansyah (2019:12)                                                                  | Skala <i>Likert</i> |
| Keputusan Pembelian<br>(Y)          | Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.<br><br>Firmansyah (2018:27) | 1. Pengenalan masalah<br>2. Pencarian informasi<br>3. Evaluasi alternatif<br>4. Keputusan pembelian<br>5. Perilaku pasca pembelian<br><br>Firmansyah (2018:27) | Skala <i>Likert</i> |

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian maka dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden, pengamatan langsung, serta studi kepustakaan.

Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Untuk menilai tanggapan responden maka penulis menggunakan skala *Likert* dalam Herlina (2019:6) dimana skala *Likert* menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Skala *Likert***

| No. | Pilihan             | Skala Nilai |
|-----|---------------------|-------------|
| 1.  | Setuju Sekali       | 5           |
| 2.  | Setuju              | 4           |
| 3.  | Ragu-Ragu           | 3           |
| 4.  | Tidak Setuju        | 2           |
| 5.  | Sangat Tidak Setuju | 1           |

Sumber: Herlina, 2019

Metode kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan mengutip pendapat dari berbagai sumber seperti buku, internet, skripsi, jurnal, laporan atau dokumen perusahaan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Materi wawancara dan kuesioner meliputi pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan keadaan perusahaan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Data yang diperoleh perlu di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data dapat lebih tepat dan akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa tinggi validitas dan realibilitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketetapan dan kehandalan kuisisioner, akan dilakukan

*pretest* terhadap 30 responden diluar sampel penelitian dari sisa populasi konsumen Ahua Kelontong.

### 3.6.1 Uji Validitas

Secara umum, validitas dapat diartikan sebagai kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid tidak hanya mampu menghasilkan data yang tepat akan tetapi juga harus memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Menurut Priyatno (2018:21), uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Herlina (2019:57), uji validitas menunjukkan tingkat kesahihan dari hasil pengukuran sebuah kuesioner.

Suatu instrumen pengukur dikatakan memiliki validitas tinggi apabila instrumen menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran.

Menurut Herlina (2019:58), untuk menentukan apakah suatu kuesioner item layak digunakan atau tidak adalah dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 (5%) yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total item. Sedangkan menurut Priyatno (2018:21), pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan  $r_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , item dinyatakan tidak valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2018:25), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang secara umum sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*.

Menurut Herlina (2019:60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori 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.

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Priyatno (2018:126), model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linier antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

#### 3.6.3.1 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, *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasannya :

# 1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018:127), uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data 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.

## 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.

# 2. Uji statistik

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

- a) Jika nilai signifikansi  $> 0,1$ , maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi  $< 0,1$ , maka data tidak berdistribusi normal.

### 3.6.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen.

Menurut Priyatno (2018:134), multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi 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.

### 3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018:136), heteroskedastisitas 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 heteroskedastisitas.

Berbagai macam uji heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### 3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), analisis 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 variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)

X<sub>1</sub> = Persediaan (*independent variabel*)

X<sub>2</sub> = Atribut Produk (*independent variabel*)

a = Konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (10%)

### 3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018:121), uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui 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 signifikansi 10% dan uji 2 sisi. Dalam penelitian ini nilai  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ , pada tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

H<sub>0</sub> Diterima apabila :  $t_{tabel} > t_{hitung}$

H<sub>a</sub> Diterima apabila :  $t_{hitung} > t_{tabel}$

### 3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2018:119), uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 10%. Dalam penelitian ini nilai  $F_{hitung}$  akan dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$ , pada tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

$H_0$  Diterima apabila :  $F_{hitung} < F_{tabel}$

$H_a$  Diterima apabila :  $F_{hitung} > F_{tabel}$

### 3.6.7 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.

Dengan demikian, jika nilai koefisien determinasi bernilai 0, maka hal ini menunjukkan tidak ada persentase sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Namun jika koefisien determinasi bernilai 1 maka terdapat sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Toko**

Ahwa Kelontong merupakan salah satunya toko yang terkena dampak dari berkembangnya era modernisasi. Ahwa Kelontong merupakan salah satu toko yang bergerak dalam bidang penjualan berbagai produk kelontong seperti beras, minyak, gula, tepung, kecap, pemanis, dan berbagai produk kelontong lainnya. Ahwa Kelontong sendiri beralamatkan di jalan Pekong I No. 27 A, Medan Polonia dimana pada awalnya Ibu Ahwa sendiri merasa kebingungan dalam menjalankan usaha sehingga ketika melihat adanya peluang dimana masyarakat sangat membutuhkan produk-produk kelontong membuat Ibu Ahwa memutuskan untuk mulai membuat toko kelontongnya sendiri dengan menyediakan produk yang lengkap sehingga konsumen dapat melakukan pembelian sekaligus terhadap seluruh kebutuhannya di toko Ahwa tanpa harus berpergian ke toko-toko lainnya karena hal tersebut selain dapat memudahkan konsumen, juga dapat menghemat waktu berbelanja mereka.

#### **4.2 Hasil Penelitian**

##### **4.2.1 Karakteristik Responden**

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil reponden yang diperoleh dari hasil pengolahan data kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 97

konsumen dari Ahua Kelontong yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jumlah pembelian, frekuensi pembelian, pendapatan konsumen dan pertimbangan pembelian. Berikut ini karakteristik responden akan dijelaskan pada tabel dibawah ini diantaranya :

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian**

| <b>Jumlah Pembelian</b>   | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|---------------------------|-------------------------|-----------------------|
| 1 Jenis Produk            | 20                      | 20,6%                 |
| 2 Jenis Produk            | 32                      | 32,9%                 |
| Lebih Dari 2 Jenis Produk | 45                      | 46,5%                 |
| <b>Total</b>              | <b>97</b>               | <b>100%</b>           |

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah pembelian 1 jenis produk adalah sebanyak 20 orang atau 20,6% dari total responden, sedangkan responden dengan jumlah pembelian 2 jenis produk adalah sebanyak 32 orang atau 32,9% dari total responden dan responden dengan jumlah pembelian lebih dari 2 jenis produk adalah sebanyak 45 orang atau 46,5%. Dengan demikian dapat diketahui bahwa dominan konsumen yang melakukan pembelian pada toko adalah konsumen dengan jumlah pembelian lebih dari 2 jenis produk.

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian**

| <b>Frekuensi Pembelian</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|----------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Setiap Hari                | 26                      | 26,8%                 |
| 2 Hari Sekali              | 37                      | 38,1%                 |
| Seminggu Sekali            | 34                      | 35,1%                 |
| <b>Total</b>               | <b>97</b>               | <b>100%</b>           |

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan frekuensi pembelian setiap hari adalah sebanyak 26 orang atau 26,8% dari total

responden. Responden dengan frekuensi pembelian 2 hari sekali adalah sebanyak 37 orang atau 38,1% dari total responden, sedangkan responden yang membeli seminggu sekali adalah 34 orang atau 35,1% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk toko adalah konsumen dengan frekuensi pembelian 2 hari sekali.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Konsumen**

| <b>Pendapatan Konsumen</b>   | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Kurang Dari Rp. 3.000.000    | 7                       | 7,2%                  |
| Lebih Dari Rp. 3.000.000     | 26                      | 26,7%                 |
| Memilih Untuk Tidak Menjawab | 64                      | 65,1%                 |
| <b>Total</b>                 | <b>97</b>               | <b>100%</b>           |

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa responden dengan pendapatan kurang dari Rp. 3.000.000 adalah sebanyak 7 orang atau 7,2% dari total responden. Responden dengan pendapatan lebih dari Rp. 3.000.000 adalah sebanyak 26 orang atau 26,7% dari total responden sedangkan responden yang memilih untuk tidak menjawab adalah sebanyak 64 orang atau 65,1% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk toko adalah konsumen yang memilih untuk tidak memberitahukan pendapatannya.

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pertimbangan Pembelian**

| <b>Pertimbangan Pembelian</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Persentase (%)</b> |
|-------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Lokasi yang Dekat             | 57                      | 58,8%                 |
| Harga Yang Murah              | 31                      | 31,9%                 |
| Produk Yang Lengkap           | 9                       | 9,3%                  |
| <b>Total</b>                  | <b>97</b>               | <b>100%</b>           |

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang membeli karena lokasi yang dekat adalah sebanyak 57 orang atau 58,8% dari total responden. Responden yang membeli karena harga yang murah adalah sebanyak 31 orang atau 31,9% dari total responden sedangkan responden yang membeli karena produk yang lengkap adalah sebanyak 9 orang atau 9,3% dari total responden. Dengan demikian dominan responden yang melakukan pembelian pada produk toko adalah karena konsumen merasa lokasi yang dekat.

## **4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **4.2.2.1 Uji Validitas**

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

1. Jika nilai positif dan  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , item dapat dinyatakan valid
2. Jika nilai  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ , item dinyatakan tidak valid.

Untuk Nilai  $r_{\text{tabel}}$  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 dibawah :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persediaan (X<sub>1</sub>)**

| No | Pernyataan                                                                                  | Nilai<br><i>Corrected</i><br><i>Item-Total</i><br><i>Correlation</i> | Nilai<br>Batas<br>Minimal<br>Korelasi | Keterangan |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|------------|
| 1  | Ahua Kelontong menggunakan sistem komputerisasi ketika Saya menanyakan persediaan.          | 0,882                                                                | 0,361                                 | Valid      |
| 2  | Ahua Kelontong sering mengecek komputer saat saya menanyakan persediaan barang.             | 0,561                                                                | 0,361                                 | Valid      |
| 3  | Ahua Kelontong sering membeli pada toko lain saat kehabisan persediaan ketika saya membeli. | 0,866                                                                | 0,361                                 | Valid      |
| 4  | Ahua Kelontong sering mengambil produk toko lain ketika saya sedang membeli.                | 0,848                                                                | 0,361                                 | Valid      |
| 5  | Ahua Kelontong hanya menyediakan produk yang sering saya beli.                              | 0,623                                                                | 0,361                                 | Valid      |
| 6  | Ahua Kelontong sering kehabisan barang saat saya sedang membeli.                            | 0,675                                                                | 0,361                                 | Valid      |

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Persediaan menunjukkan 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**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Atribut Produk (X<sub>2</sub>)**

| No | Pernyataan                                                       | Nilai<br><i>Corrected</i><br><i>Item-Total</i><br><i>Correlation</i> | Nilai<br>Batas<br>Minimal<br>Korelasi | Keterangan |
|----|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|------------|
| 1  | Ahua Kelontong memiliki produk dengan kualitas yang baik.        | 0,896                                                                | 0,361                                 | Valid      |
| 2  | Ahua Kelontong memiliki harga yang terjangkau.                   | 0,786                                                                | 0,361                                 | Valid      |
| 3  | Ahua Kelontong memiliki berbagai kemasan produk.                 | 0,897                                                                | 0,361                                 | Valid      |
| 4  | Ahua Kelontong memiliki berbagai merek yang dibutuhkan konsumen. | 0,861                                                                | 0,361                                 | Valid      |

| No | Pernyataan                                           | Nilai<br><i>Corrected Item-Total Correlation</i> | Nilai Batas Minimal Korelasi | Keterangan |
|----|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------------|------------|
| 5  | Ahwa Kelontong dapat memberikan pelayanan yang baik. | 0,847                                            | 0,361                        | Valid      |

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Atribut Produk menunjukkan 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**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

| No | Pernyataan                                                    | Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i> | Nilai Batas Minimal Korelasi | Keterangan |
|----|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------|------------|
| 1  | Ahwa Kelontong dapat menyediakan kebutuhan sehari-hari saya.  | 0,918                                         | 0,361                        | Valid      |
| 2  | Ahwa Kelontong dapat memberikan banyak informasi kepada saya. | 0,837                                         | 0,361                        | Valid      |
| 3  | Ahwa Kelontong sering saya bandingkan dengan toko lainnya.    | 0,911                                         | 0,361                        | Valid      |
| 4  | Ahwa Kelontong menjadi pilihan utama saya saat ingin membeli. | 0,768                                         | 0,361                        | Valid      |
| 5  | Ahwa Kelontong menjadi tempat saya membeli secara rutin.      | 0,819                                         | 0,361                        | Valid      |

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Pembelian menunjukkan 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 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 reliabilitas dapat menggunakan kategori 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.

Hasil pengujian reliabilitas variabel Persediaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.8**  
**Uji Reliabilitas Variabel Persediaan ( $X_1$ )**  
**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,842             | 6          |

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa dari keenam butir *item* untuk variabel Persediaan ( $X_1$ ) tersebut memiliki *Cronbach;s Alpha* yang berada diatas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasil uji reliabilitas variabel Atribut Produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.9**  
**Uji Reliabilitas Variabel Atribut Produk (X<sub>2</sub>)**  
**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,909             | 5          |

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa kelima butir *item* untuk variabel Atribut Produk (X<sub>2</sub>) tersebut memiliki *Cronbach;s Alpha* yang berada diatas 0,6 sehingga reliabilitas variabel ini dapat dikategorikan diterima.

Hasill uji reliabilitas variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**  
**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,905             | 5          |

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas, maka dapat dinyatakan bahwa kelima butir *item* untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) tersebut memiliki *Cronbach;s Alpha* yang berada diatas 0,6 sehingga reliabilitas 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

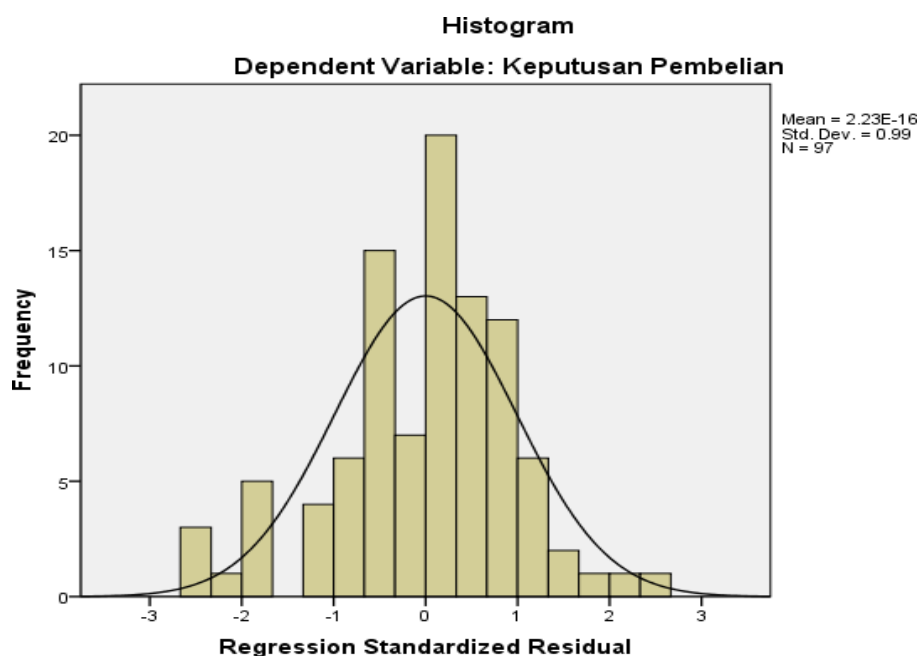
diagonal pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasannya:

# 1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018:127), “Uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu 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 berikut ini :



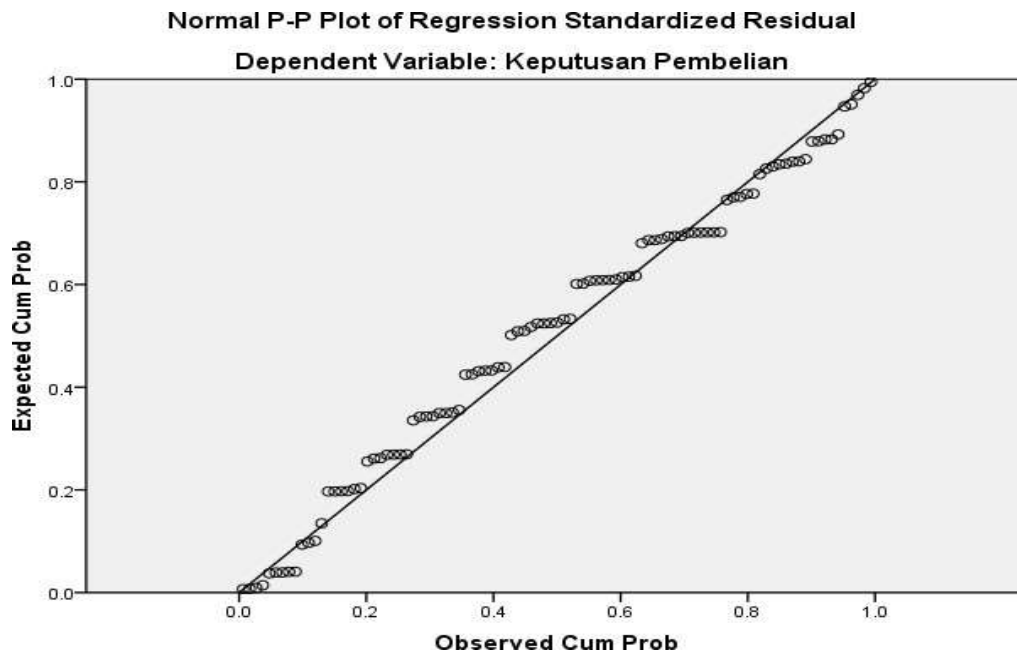
Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

**Gambar 4.1**  
**Grafik Histogram**

Dari Gambar 4.1 diatas 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 sebagai berikut:



Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

**Gambar 4.2**  
*Normal Probability Plot of Regression*

Pada Gambar 4.2 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

## 2. Uji statistik

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

- a) Jika nilai signifikansi  $> 0,1$ , maka data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi  $< 0,1$ , maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorv-Smirnov* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.11**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 97                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 1.45583626              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .079                    |
|                                  | Positive       | .059                    |
|                                  | Negative       | -.079                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | .779                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .579                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.11 diatas, dapat dilihat bahwa hasil pengujian normalitas *Kolmogorov-smirnov* membuktikan bahwa nilai tingkat signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,1 yaitu sebesar 0,579 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian statistik normalitas tergolong berdistribusi normal.

#### 4.2.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2018:134), “Multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi 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 sebagai berikut ini:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Pengujian Multikolinieritas**

| Model          | Collinearity Statistics |       |
|----------------|-------------------------|-------|
|                | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)   |                         |       |
| Persediaan     | .999                    | 1.001 |
| Atribut Produk | .999                    | 1.001 |

a. Dependent Variabel : Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

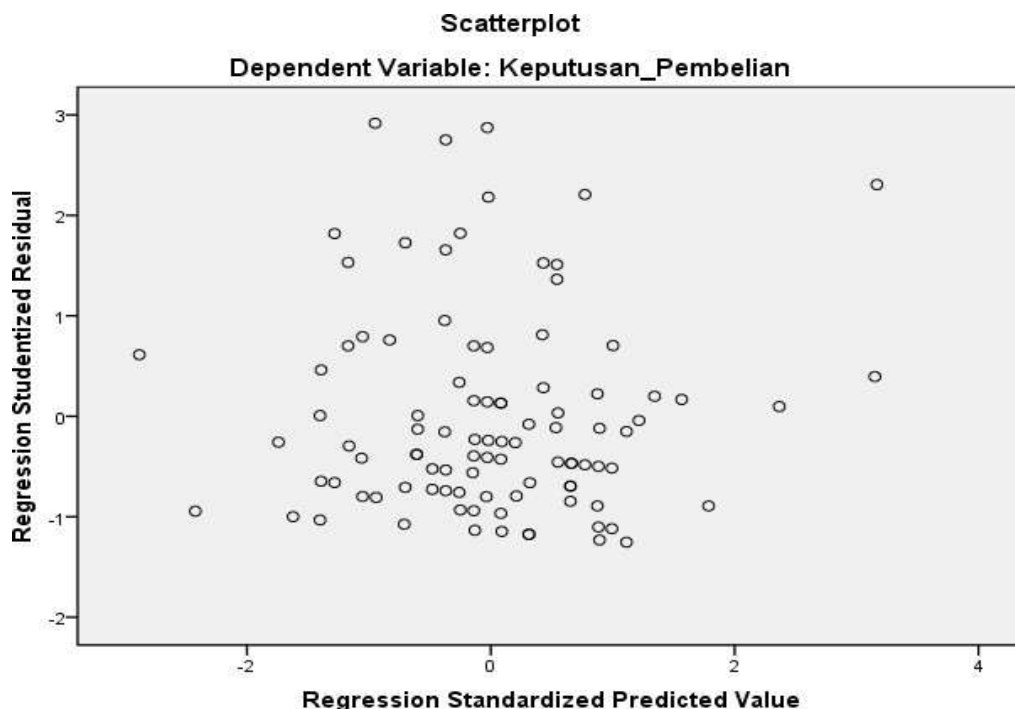
Pada Tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa nilai korelasi untuk variabel Persediaan dan Atribut Produk mempunyai nilai *tolerance* (0,999) > 0,10 dan nilai VIF (1,001) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persediaan dan Atribut Produk tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

#### 4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2018:136), “Heteroskedastisitas 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 heteroskedastisitas.”

Salah satu pengujian heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian *Scatterplots* dimana dilakukan dengan cara melihat titik-titik pola pada grafik menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola pada grafik maka dinyatakan telah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

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



Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

**Gambar 4.3**  
**Grafik Scatterplot**

Pada Gambar 4.3 diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik grafik *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 heteroskedastisitas.

#### 4.2.4 Teknik Analisis Data

##### 4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2018:107), “Analisis 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 Persediaan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Ahua Kelontong 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 = Keputusan Pembelian (*dependent variabel*)
- X<sub>1</sub> = Persediaan (*independent variabel*)
- X<sub>2</sub> = Atribut Produk (*independent variabel*)
- a = Konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi
- e = Persentase kesalahan (10%)

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

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

| Model          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
|                | B                           | Std. Error | Beta                      |
| 1 (Constant)   | 4.537                       | 1.849      |                           |
| Persediaan     | .344                        | .068       | .409                      |
| Atribut Produk | .342                        | .059       | .474                      |

Dependent Variabel : Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

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

$$\text{Keputusan Pembelian} = 4,537 + 0,344 \text{ Persediaan} + 0,342 \text{ Atribut Produk} + e$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta ( $\alpha$ ) = 4,537 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas ( $X_1$ ) yaitu Persediaan dan variabel ( $X_2$ ) yaitu Atribut Produk bernilai 0 maka Keputusan Pembelian adalah tetap sebesar 4,537.
2. Koefisien  $X_1(b_1)$  = 0,344 menunjukkan bahwa variabel Persediaan ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,344. Artinya setiap peningkatan Persediaan ( $X_1$ ) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 34,4%.
3. Koefisien  $X_2(b_2)$  = 0,342 menunjukkan bahwa variabel Atribut Produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,342. Artinya setiap peningkatan Atribut Produk ( $X_2$ ) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 34,2%.

#### 4.2.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2018:121), “Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui 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 signifikansi 0,1 dan uji 2 sisi. Bentuk pengujiannya :

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$  : Artinya Persediaan ; Atribut Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ahua Kelontong.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$  : Artinya Persediaan ; Atribut Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ahua Kelontong.

Dalam penelitian ini nilai  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ , pada tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

$H_0$  Diterima apabila :  $t_{tabel} > t_{hitung}$

$H_a$  Diterima apabila :  $t_{hitung} > t_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai  $t_{tabel}$ , maka diperlukan adanya derajat bebas, dengan rumus:  $df = n - k = 97 - 3 = 94$

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel Penelitian

$k$  = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya  $df$  adalah 94 dan diperoleh nilai  $t_{tabel}$  tersebut yaitu sebesar 1,661. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  akan diperoleh dengan menggunakan

bantuan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai  $t_{\text{tabel}}$  pada tingkat  $\alpha = 10\%$ . Hasil uji  $t_{\text{hitung}}$  dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)**

| Model          | t     | Sig. |
|----------------|-------|------|
| 1 (Constant)   | 2.454 | .000 |
| Persediaan     | 5.041 | .000 |
| Atribut Produk | 5.839 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

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

1. Pada Persediaan ( $X_1$ ) terlihat bahwa nilai  $t_{\text{hitung}}$  (5.041) >  $t_{\text{tabel}}$  (1,661) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Persediaan terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.
2. Pada Atribut Produk ( $X_2$ ) terlihat bahwa nilai  $t_{\text{hitung}}$  (5,839) >  $t_{\text{tabel}}$  (1,661) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.

#### 4.2.4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno (2018:119), “Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen”. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan atau tidak terhadap

variabel dependen. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 10%. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$  : Artinya Persediaan dan Atribut Produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.

$H_a : b_1 = b_2 \neq 0$  : Artinya Persediaan dan Atribut Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.

Dalam penelitian ini nilai  $F_{hitung}$  akan dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$ , pada tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 10%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

$H_0$  Diterima apabila :  $F_{hitung} < F_{tabel}$

$H_a$  Diterima apabila :  $F_{hitung} > F_{tabel}$

Penentuan dalam menentukan nilai  $F_{tabel}$ , maka diperlukan adanya derajat bebas dengan rumus:  $df$  (pembilang) =  $k - 1 = 3 - 1 = 2$

$$df \text{ (penyebut)} = n - k = 97 - 3 = 94$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel Penelitian

$k$  = Jumlah Variabel Bebas dan Terikat

Dengan diketahuinya  $df$  (pembilang) adalah 2 dan  $df$  (penyebut) adalah 94, maka dapat diperoleh nilai  $F_{tabel}$  adalah 2,36. Sedangkan nilai  $F_{hitung}$  akan diperoleh dengan menggunakan program SPSS, kemudian akan dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat  $\alpha = 10\%$ . Hasil uji  $F_{hitung}$  dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Pengujian Serempak (Uji-F)**

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 125.810        | 2  | 62.905      | 29.061 | .000 <sup>a</sup> |
| Residual     | 203.468        | 94 | 2.165       |        |                   |
| Total        | 329.278        | 96 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk, Persediaan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Pada Tabel 4.15 diatas, dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  (29,061) >  $F_{tabel}$  (2,36) dengan signifikansi  $0,00 < 0,1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Persediaan dan Atribut Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.

#### 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”.

**Tabel 4.16**  
**Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .618 <sup>a</sup> | .382     | .369              | 1.471                      |

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk, Persediaan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.16 hasil pengujian koefisien determinan diatas, dapat dilihat Nilai R Square ( $R^2$ ) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,494 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Persediaan dan Atribut Produk sebesar 38,2% sedangkan sisanya 61,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, harga, kepuasan dan variabel lainnya.

### **4.3 Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dalam pembahasan ini peneliti akan membahas mengenai pengaruh Persediaan dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.

#### **4.3.1 Pengaruh Persediaan Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Persediaan memiliki nilai  $t_{hitung}$  (5.041) >  $t_{tabel}$  (1,661) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Persediaan terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Usuli (2011), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persediaan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

#### **4.3.2 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel Atribut Produk memiliki nilai  $t_{hitung} (5,839) > t_{tabel} (1,661)$  dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriana dan Suprehatin (2018) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Atribut Produk secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

#### **4.3.3 Pengaruh Persediaan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-F, diketahui bahwa variabel Persediaan dan Atribut Produk memiliki nilai  $F_{hitung} (29,061) > F_{tabel} (2,36)$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Persediaan dan Atribut Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.

Nilai R Square ( $R^2$ ) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,494 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Persediaan dan Atribut Produk sebesar 38,2% sedangkan sisanya 61,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini

seperti kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, harga, kepuasan dan variabel lainnya.

.Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Priatna dan Trisnawan (2016), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial dan simultan Persediaan dan volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kusuma dan Dewi (2017), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Atribut Produk baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

## **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 yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda yaitu jika nilai Persediaan ( $X_1$ ) dan Atribut Produk ( $X_2$ ) tidak bernilai, maka Keputusan Pembelian adalah sebesar konstanta. Setiap peningkatan Persediaan ( $X_1$ ) sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar  $b_1$ . Setiap peningkatan Atribut Produk ( $X_2$ ) sebesar satu satuan, Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar  $b_2$ .
2. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Persediaan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.
3. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa Atribut Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.
4. Hasil Uji-F menunjukkan bahwa Persediaan dan Atribut Produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.
5. Untuk koefisien determinasi didapatkan bahwa Persediaan dan Atribut Produk dapat menjelaskan keterkaitannya dengan Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong.

## 5.2 Implikasi Manajerial

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

1. Ahua Kelontong harus mempertahankan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian:
  - a. Ahua Kelontong memiliki produk dengan kualitas yang baik sehingga untuk kedepannya Ahua Kelontong dapat selalu melakukan pengecekan terhadap seluruh produknya saat melakukan pemesanan kepada perusahaan agar Ahua Kelontong akan selalu mendapatkan produk-produk yang berkualitas tinggi dan membuat konsumen merasa puas setelah membeli.
  - b. Ahua Kelontong memiliki berbagai kemasan produk sehingga untuk kedepannya Ahua Kelontong dapat terus menambah jumlah produk yang sama akan tetapi merek yang berbeda sehingga konsumen dapat memilih merek yang disukainya dan membuat konsumen akan merasa puas atas banyaknya keragaman produk yang dimiliki oleh Ahua Kelontong.
2. Persediaan pada Ahua Kelontong perlu diperhatikan, sehingga perusahaan harus memperhatikan:
  - a. Ahua Kelontong harus memperhatikan agar seluruh jumlah Persediaan produknya dapat terinput masuk dengan jelas kedalam sistem komputerisasi yang digunakannya sehingga Ahua Kelontong sendiri dapat mudah mengecek ketersediaan barang ketika ditanyakan.

Untuk kedepannya Ahua Kelontong juga dapat menggunakan mengendalikan jumlah Persediaan dengan menggunakan menambah jumlah karyawan agar jumlah Persediaan barang dapat terkendalikan dengan baik dan tidak hanya dipegang oleh karyawan tunggal saja.

- b. Jumlah Persediaan harus diperhatikan oleh Ahua Kelontong dimana ketersediaan barang tidak disarankan hanya yang sering dibeli saja karena pada saat tertentu ketika konsumen membutuhkan produk yang jarang dibeli orang akan membuat konsumen merasa kecewa karena tidak dapat menemukannya di Ahua Kelontong yang biasanya selalu melengkapi kebutuhan konsumen.

### **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 Keputusan Pembelian pada Ahua Kelontong selain variabel Persediaan dan Atribut Produk misalnya kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, harga, kepuasan dan variabel lainnya.

2. **Perluasan Cakupan Geografis**

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari beberapa konsumen

saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh toko kelontong yang ada di Medan.

3. Menambah Jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 97 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

## 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., & 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 Ismaliyah 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.
- 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
- 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).
- 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.
- 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., 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.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos 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.
- 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.

**Lampiran 1: Kuesioner**

**PENGARUH PERSEDIAAN DAN ATRIBUT PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA AHUA KELONTONG  
MEDAN**

**IDENTITAS RESPONDEN**

1. Jumlah Pembelian : ☐ 1 Jenis Produk  
☐ 2 Jenis Produk  
☐ Lebih Dari 2 Jenis Produk
2. Frekuensi Pembelian : ☐ Setiap Hari  
☐ 2 Hari Sekali  
☐ Seminggu Sekali
3. Pendapatan Konsumen : ☐ Kurang Dari Rp. 3.000.000 Perbulan  
☐ Lebih Dari Rp. 3.000.000 Perbulan  
☐ Memilih Untuk Tidak Menjawab
4. Pertimbangan Pembelian : ☐ Lokasi Yang Dekat  
☐ Harga Yang Murah  
☐ Produk Yang Lengkap

**Petunjuk pengisian kuesioner:**

Dalam menjawab pernyataan, Bapak/Ibu, Saudara/i hanya memilih salah satu jawaban yang paling benar dan yang diinginkan dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban tersebut.

**Variabel X<sub>1</sub> (Persediaan)**

| No.                            | Pernyataan                                                                                  | Sangat Setuju | Setuju | Ragu | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------|------|--------------|---------------------|
| <b>Sistem Komputerisasi</b>    |                                                                                             |               |        |      |              |                     |
| 1                              | Ahwa Kelontong menggunakan sistem komputerisasi ketika Saya menanyakan persediaan.          |               |        |      |              |                     |
| 2                              | Ahwa Kelontong sering mengecek komputer saat saya menanyakan persediaan barang.             |               |        |      |              |                     |
| <b>Out Sourcing</b>            |                                                                                             |               |        |      |              |                     |
| 3                              | Ahwa Kelontong sering membeli pada toko lain saat kehabisan persediaan ketika saya membeli. |               |        |      |              |                     |
| 4                              | Ahwa Kelontong sering mengambil produk toko lain ketika saya sedang membeli.                |               |        |      |              |                     |
| <b>Sistem Pengendalian ABC</b> |                                                                                             |               |        |      |              |                     |
| 5                              | Ahwa Kelontong hanya menyediakan produk yang sering saya beli.                              |               |        |      |              |                     |
| 6                              | Ahwa Kelontong sering kehabisan barang saat saya sedang membeli.                            |               |        |      |              |                     |

**Variabel X<sub>2</sub> (Atribut Produk)**

| No.             | Pernyataan                                                       | Sangat Setuju | Setuju | Ragu | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|-----------------|------------------------------------------------------------------|---------------|--------|------|--------------|---------------------|
| <b>Kualitas</b> |                                                                  |               |        |      |              |                     |
| 1               | Ahwa Kelontong memiliki produk dengan kualitas yang baik.        |               |        |      |              |                     |
| <b>Harga</b>    |                                                                  |               |        |      |              |                     |
| 2               | Ahwa Kelontong memiliki harga yang terjangkau.                   |               |        |      |              |                     |
| <b>Kemasan</b>  |                                                                  |               |        |      |              |                     |
| 3               | Ahwa Kelontong memiliki berbagai kemasan produk.                 |               |        |      |              |                     |
| <b>Merek</b>    |                                                                  |               |        |      |              |                     |
| 4               | Ahwa Kelontong memiliki berbagai merek yang dibutuhkan konsumen. |               |        |      |              |                     |

| No.              | Pernyataan                                           | Sangat Setuju | Setuju | Ragu | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|------------------|------------------------------------------------------|---------------|--------|------|--------------|---------------------|
| <b>Pelayanan</b> |                                                      |               |        |      |              |                     |
| 5                | Ahwa Kelontong dapat memberikan pelayanan yang baik. |               |        |      |              |                     |

#### **Variabel Y (Keputusan Pembelian)**

| No.                             | Pernyataan                                                    | Sangat Setuju | Setuju | Ragu | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------|--------|------|--------------|---------------------|
| <b>Pengenalan Masalah</b>       |                                                               |               |        |      |              |                     |
| 1                               | Ahwa Kelontong dapat menyediakan kebutuhan sehari-hari saya.  |               |        |      |              |                     |
| <b>Pencarian Informasi</b>      |                                                               |               |        |      |              |                     |
| 2                               | Ahwa Kelontong dapat memberikan banyak informasi kepada saya. |               |        |      |              |                     |
| <b>Evaluasi Alternatif</b>      |                                                               |               |        |      |              |                     |
| 3                               | Ahwa Kelontong sering saya bandingkan dengan toko lainnya.    |               |        |      |              |                     |
| <b>Keputusan Pembelian</b>      |                                                               |               |        |      |              |                     |
| 4                               | Ahwa Kelontong menjadi pilihan utama saya saat ingin membeli. |               |        |      |              |                     |
| <b>Perilaku Pasca Pembelian</b> |                                                               |               |        |      |              |                     |
| 5                               | Ahwa Kelontong menjadi tempat saya membeli secara rutin.      |               |        |      |              |                     |

**TERIMA KASIH ATAS PERHATIANNYA**

**Lampiran 2 : Tabulasi Data Uji Validitas Dan Reliabilitas**

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

| No | Atribut Produk |    |    |    |    | TOTAL |
|----|----------------|----|----|----|----|-------|
|    | P1             | P2 | P3 | P4 | P5 |       |
| 1  | 5              | 4  | 5  | 4  | 5  | 23    |
| 2  | 2              | 1  | 1  | 2  | 1  | 7     |
| 3  | 5              | 4  | 5  | 4  | 5  | 23    |
| 4  | 5              | 1  | 1  | 5  | 5  | 17    |
| 5  | 5              | 5  | 5  | 4  | 5  | 24    |
| 6  | 1              | 5  | 1  | 5  | 5  | 17    |
| 7  | 5              | 4  | 5  | 5  | 5  | 24    |
| 8  | 5              | 5  | 5  | 5  | 1  | 21    |
| 9  | 5              | 4  | 5  | 5  | 4  | 23    |
| 10 | 1              | 2  | 1  | 2  | 1  | 7     |
| 11 | 5              | 5  | 4  | 5  | 5  | 24    |
| 12 | 5              | 4  | 5  | 5  | 5  | 24    |
| 13 | 1              | 5  | 2  | 5  | 2  | 15    |
| 14 | 2              | 5  | 2  | 2  | 1  | 12    |
| 15 | 5              | 4  | 5  | 5  | 5  | 24    |
| 16 | 2              | 1  | 1  | 2  | 2  | 8     |
| 17 | 1              | 1  | 2  | 1  | 2  | 7     |
| 18 | 5              | 4  | 5  | 5  | 5  | 24    |
| 19 | 5              | 4  | 5  | 5  | 5  | 24    |
| 20 | 5              | 5  | 4  | 5  | 4  | 23    |
| 21 | 5              | 4  | 5  | 4  | 5  | 23    |
| 22 | 5              | 5  | 5  | 4  | 5  | 24    |
| 23 | 5              | 5  | 5  | 3  | 3  | 21    |
| 24 | 4              | 4  | 5  | 5  | 5  | 23    |
| 25 | 1              | 1  | 1  | 2  | 1  | 6     |
| 26 | 1              | 1  | 2  | 1  | 2  | 7     |
| 27 | 2              | 1  | 1  | 2  | 1  | 7     |
| 28 | 5              | 4  | 5  | 5  | 5  | 24    |
| 29 | 3              | 3  | 4  | 5  | 5  | 20    |
| 30 | 5              | 5  | 4  | 5  | 5  | 24    |

| No | Keputusan Pembelian |    |    |    |    | TOTAL |
|----|---------------------|----|----|----|----|-------|
|    | P1                  | P2 | P3 | P4 | P5 |       |
| 1  | 4                   | 5  | 5  | 4  | 5  | 23    |
| 2  | 2                   | 2  | 5  | 2  | 5  | 16    |
| 3  | 5                   | 5  | 5  | 2  | 5  | 22    |
| 4  | 5                   | 4  | 4  | 5  | 4  | 22    |
| 5  | 1                   | 2  | 1  | 5  | 2  | 11    |
| 6  | 2                   | 5  | 1  | 1  | 2  | 11    |
| 7  | 4                   | 2  | 1  | 1  | 5  | 13    |
| 8  | 5                   | 4  | 5  | 4  | 5  | 23    |
| 9  | 1                   | 2  | 1  | 5  | 5  | 14    |
| 10 | 4                   | 5  | 5  | 5  | 5  | 24    |
| 11 | 5                   | 4  | 5  | 4  | 5  | 23    |
| 12 | 2                   | 2  | 1  | 2  | 2  | 9     |
| 13 | 2                   | 1  | 2  | 2  | 1  | 8     |
| 14 | 5                   | 4  | 5  | 5  | 4  | 23    |
| 15 | 1                   | 2  | 2  | 1  | 1  | 7     |
| 16 | 2                   | 1  | 2  | 5  | 5  | 15    |
| 17 | 5                   | 4  | 5  | 4  | 5  | 23    |
| 18 | 1                   | 1  | 1  | 1  | 1  | 5     |
| 19 | 1                   | 2  | 2  | 1  | 1  | 7     |
| 20 | 5                   | 4  | 5  | 5  | 4  | 23    |
| 21 | 1                   | 1  | 2  | 1  | 5  | 10    |
| 22 | 5                   | 5  | 5  | 4  | 5  | 24    |
| 23 | 2                   | 1  | 2  | 1  | 2  | 8     |
| 24 | 1                   | 2  | 1  | 2  | 1  | 7     |
| 25 | 4                   | 4  | 5  | 4  | 5  | 22    |
| 26 | 1                   | 2  | 1  | 1  | 2  | 7     |
| 27 | 5                   | 5  | 4  | 5  | 4  | 23    |
| 28 | 1                   | 2  | 1  | 2  | 2  | 8     |
| 29 | 5                   | 4  | 5  | 4  | 5  | 23    |
| 30 | 4                   | 5  | 5  | 5  | 5  | 24    |

### Lampiran 3 : Hasil Analisis Data Validitas Persediaan (X<sub>1</sub>)

| Correlations |                     | P1     | P2     | P3     | P4     | P5     | P6     | TOTAL  |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| P1           | Pearson Correlation | 1      | .421*  | .781** | .796** | .418*  | .472** | .882** |
|              | Sig. (2-tailed)     |        | .020   | .000   | .000   | .022   | .008   | .000   |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P2           | Pearson Correlation | .421*  | 1      | .305   | .297   | .093   | .384*  | .561** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .020   |        | .102   | .111   | .625   | .036   | .001   |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P3           | Pearson Correlation | .781** | .305   | 1      | .803** | .532** | .414*  | .866** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .102   |        | .000   | .002   | .023   | .000   |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P4           | Pearson Correlation | .796** | .297   | .803** | 1      | .468** | .391*  | .848** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .111   | .000   |        | .009   | .033   | .000   |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P5           | Pearson Correlation | .418*  | .093   | .532** | .468** | 1      | .353   | .623** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .022   | .625   | .002   | .009   |        | .056   | .000   |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P6           | Pearson Correlation | .472** | .384*  | .414*  | .391*  | .353   | 1      | .675** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .008   | .036   | .023   | .033   | .056   |        | .000   |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| TOTAL        | Pearson Correlation | .882** | .561** | .866** | .848** | .623** | .675** | 1      |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .001   | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|              | N                   | 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 4 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Persediaan (X<sub>1</sub>)

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .842             | 6          |

**Lampiran 5 : Hasil Analisis Data Validitas Atribut Produk (X<sub>2</sub>)**

|       |                     | <b>Correlations</b> |        |        |        |        |        |
|-------|---------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|       |                     | P1                  | P2     | P3     | P4     | P5     | TOTAL  |
| P1    | Pearson Correlation | 1                   | .558** | .849** | .690** | .714** | .896** |
|       | Sig. (2-tailed)     |                     | .001   | .000   | .000   | .000   | .000   |
|       | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P2    | Pearson Correlation | .558**              | 1      | .676** | .673** | .493** | .786** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .001                |        | .000   | .000   | .006   | .000   |
|       | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P3    | Pearson Correlation | .849**              | .676** | 1      | .622** | .666** | .897** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000                | .000   |        | .000   | .000   | .000   |
|       | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P4    | Pearson Correlation | .690**              | .673** | .622** | 1      | .752** | .861** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000                | .000   | .000   |        | .000   | .000   |
|       | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P5    | Pearson Correlation | .714**              | .493** | .666** | .752** | 1      | .847** |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000                | .006   | .000   | .000   |        | .000   |
|       | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| TOTAL | Pearson Correlation | .896**              | .786** | .897** | .861** | .847** | 1      |
|       | Sig. (2-tailed)     | .000                | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|       | N                   | 30                  | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |

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

**Lampiran 6 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Atribut Produk (X<sub>2</sub>)**

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .909             | 5          |

### Lampiran 7 : Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)

| Correlations |                     | P1     | P2     | P3     | P4     | P5     | TOTAL  |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| P1           | Pearson Correlation | 1      | .792** | .844** | .584** | .680** | .918** |
|              | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000   | .001   | .000   | .000   |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P2           | Pearson Correlation | .792** | 1      | .741** | .532** | .523** | .837** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .002   | .003   | .000   |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P3           | Pearson Correlation | .844** | .741** | 1      | .576** | .697** | .911** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |        | .001   | .000   | .000   |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P4           | Pearson Correlation | .584** | .532** | .576** | 1      | .578** | .768** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .001   | .002   | .001   |        | .001   | .000   |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| P5           | Pearson Correlation | .680** | .523** | .697** | .578** | 1      | .819** |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .003   | .000   | .001   |        | .000   |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |
| TOTAL        | Pearson Correlation | .918** | .837** | .911** | .768** | .819** | 1      |
|              | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |        |
|              | N                   | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     | 30     |

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

### Lampiran 8 : Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

#### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .905             | 5          |

### Lampiran 9 : Tabulasi Angket Responden

| No | Persediaan |    |    |    |    |    | TOTAL |
|----|------------|----|----|----|----|----|-------|
|    | P1         | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 |       |
| 1  | 3          | 3  | 3  | 3  | 2  | 5  | 19    |
| 2  | 3          | 4  | 3  | 3  | 4  | 2  | 19    |
| 3  | 5          | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 27    |
| 4  | 5          | 3  | 4  | 4  | 4  | 5  | 25    |
| 5  | 4          | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 25    |
| 6  | 5          | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 25    |
| 7  | 4          | 2  | 4  | 4  | 5  | 5  | 24    |
| 8  | 5          | 3  | 2  | 4  | 5  | 5  | 24    |
| 9  | 5          | 3  | 2  | 4  | 3  | 3  | 20    |
| 10 | 4          | 5  | 4  | 4  | 3  | 4  | 24    |
| 11 | 4          | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 19    |
| 12 | 3          | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 18    |
| 13 | 5          | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 22    |
| 14 | 3          | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 18    |
| 15 | 3          | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 22    |
| 16 | 4          | 5  | 4  | 4  | 4  | 3  | 24    |
| 17 | 4          | 5  | 4  | 4  | 4  | 2  | 23    |
| 18 | 4          | 4  | 5  | 4  | 5  | 3  | 25    |
| 19 | 4          | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 22    |
| 20 | 3          | 5  | 5  | 5  | 5  | 3  | 26    |
| 21 | 5          | 5  | 5  | 5  | 3  | 3  | 26    |
| 22 | 4          | 4  | 4  | 4  | 4  | 3  | 23    |
| 23 | 5          | 4  | 4  | 4  | 2  | 3  | 22    |
| 24 | 4          | 4  | 3  | 5  | 4  | 3  | 23    |
| 25 | 4          | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 21    |
| 26 | 4          | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 19    |
| 27 | 4          | 3  | 3  | 3  | 3  | 3  | 19    |
| 28 | 3          | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 18    |
| 29 | 4          | 4  | 3  | 3  | 3  | 2  | 19    |
| 30 | 4          | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 21    |
| 31 | 5          | 3  | 3  | 3  | 4  | 2  | 20    |
| 32 | 4          | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 20    |
| 33 | 4          | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 21    |
| 34 | 3          | 3  | 3  | 3  | 4  | 3  | 19    |

|    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 35 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 36 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 18 |
| 37 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 38 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 39 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 40 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 20 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 43 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 22 |
| 44 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 45 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 46 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 19 |
| 47 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 23 |
| 49 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 23 |
| 50 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 51 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 21 |
| 52 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 21 |
| 53 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 55 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 56 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 57 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 20 |
| 58 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 59 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| 60 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 22 |
| 61 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 26 |
| 62 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 18 |
| 63 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 1 | 22 |
| 64 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 19 |
| 65 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 66 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 67 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 23 |
| 68 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 23 |
| 69 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 20 |
| 70 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 71 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 22 |

|    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 72 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 25 |
| 73 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 22 |
| 74 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 25 |
| 75 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 76 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 17 |
| 77 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 24 |
| 78 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 24 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 24 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 82 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 23 |
| 83 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 23 |
| 84 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 22 |
| 85 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 86 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 87 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 19 |
| 88 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 89 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 21 |
| 90 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 91 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 23 |
| 92 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 23 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 22 |
| 94 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 24 |
| 95 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 21 |
| 96 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 97 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 22 |

| No | Atribut Produk |    |    |    |    | TOTAL |
|----|----------------|----|----|----|----|-------|
|    | P1             | P2 | P3 | P4 | P5 |       |
| 1  | 5              | 5  | 3  | 5  | 4  | 22    |
| 2  | 5              | 3  | 3  | 5  | 4  | 20    |
| 3  | 5              | 5  | 4  | 5  | 4  | 23    |
| 4  | 5              | 3  | 4  | 5  | 2  | 19    |
| 5  | 5              | 4  | 4  | 5  | 3  | 21    |
| 6  | 4              | 5  | 4  | 4  | 3  | 20    |
| 7  | 5              | 4  | 4  | 4  | 3  | 20    |
| 8  | 5              | 3  | 4  | 4  | 4  | 20    |
| 9  | 4              | 4  | 4  | 4  | 4  | 20    |
| 10 | 5              | 4  | 2  | 3  | 3  | 17    |
| 11 | 5              | 4  | 4  | 3  | 3  | 19    |
| 12 | 3              | 4  | 5  | 3  | 3  | 18    |
| 13 | 4              | 3  | 5  | 2  | 3  | 17    |
| 14 | 3              | 5  | 5  | 4  | 4  | 21    |
| 15 | 4              | 3  | 3  | 3  | 3  | 16    |
| 16 | 2              | 3  | 3  | 3  | 3  | 14    |
| 17 | 5              | 3  | 3  | 3  | 3  | 17    |
| 18 | 4              | 4  | 3  | 3  | 3  | 17    |
| 19 | 4              | 3  | 3  | 4  | 4  | 18    |
| 20 | 5              | 3  | 3  | 3  | 3  | 17    |
| 21 | 5              | 3  | 3  | 3  | 3  | 17    |
| 22 | 5              | 5  | 2  | 3  | 4  | 19    |
| 23 | 5              | 4  | 4  | 4  | 4  | 21    |
| 24 | 4              | 4  | 4  | 4  | 4  | 20    |
| 25 | 5              | 4  | 4  | 4  | 3  | 20    |
| 26 | 4              | 3  | 5  | 5  | 5  | 22    |
| 27 | 4              | 3  | 3  | 4  | 4  | 18    |
| 28 | 5              | 3  | 4  | 3  | 4  | 19    |
| 29 | 3              | 4  | 3  | 4  | 3  | 17    |
| 30 | 4              | 2  | 3  | 3  | 4  | 16    |
| 31 | 4              | 4  | 2  | 4  | 3  | 17    |
| 32 | 3              | 5  | 4  | 2  | 4  | 18    |
| 33 | 4              | 4  | 3  | 3  | 3  | 17    |
| 34 | 3              | 2  | 3  | 3  | 5  | 16    |
| 35 | 4              | 4  | 5  | 3  | 3  | 19    |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 36 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 37 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 38 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 39 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 40 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 16 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 43 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 18 |
| 44 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 19 |
| 45 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 46 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 13 |
| 47 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 20 |
| 48 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 21 |
| 49 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 17 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 |
| 51 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 52 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 53 | 3 | 3 | 5 | 2 | 2 | 15 |
| 54 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 21 |
| 55 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 19 |
| 56 | 2 | 4 | 4 | 2 | 5 | 17 |
| 57 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 18 |
| 58 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 16 |
| 59 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 60 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 61 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 18 |
| 62 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 63 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 18 |
| 64 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 20 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 66 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 19 |
| 67 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 68 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 8  |
| 69 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 19 |
| 70 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 20 |
| 71 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 72 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | 17 |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 73 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 21 |
| 74 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 76 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 12 |
| 77 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 15 |
| 78 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 79 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 |
| 80 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 13 |
| 81 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 19 |
| 82 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 18 |
| 83 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 19 |
| 84 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 19 |
| 85 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 87 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 18 |
| 88 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 22 |
| 90 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 91 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 92 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 12 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 94 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 95 | 1 | 2 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 96 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 97 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |

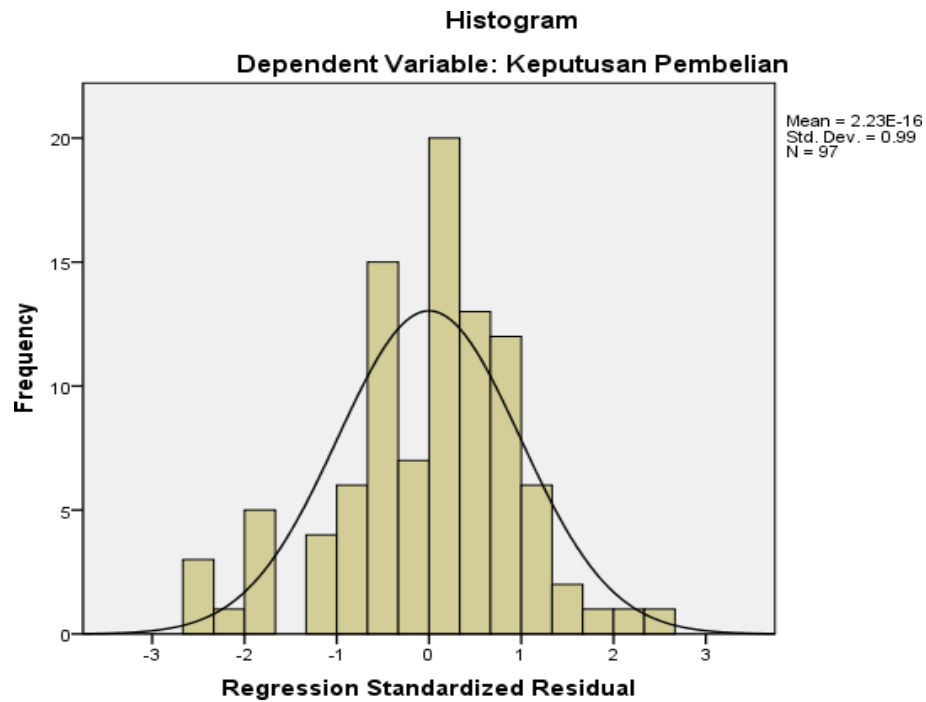
| No | Keputusan Pembelian |    |    |    |    | TOTAL |
|----|---------------------|----|----|----|----|-------|
|    | P1                  | P2 | P3 | P4 | P5 |       |
| 1  | 3                   | 3  | 3  | 3  | 4  | 16    |
| 2  | 5                   | 4  | 5  | 3  | 4  | 21    |
| 3  | 5                   | 5  | 5  | 5  | 3  | 23    |
| 4  | 4                   | 4  | 4  | 4  | 3  | 19    |
| 5  | 4                   | 5  | 4  | 5  | 3  | 21    |
| 6  | 4                   | 4  | 5  | 4  | 3  | 20    |
| 7  | 4                   | 3  | 3  | 4  | 4  | 18    |
| 8  | 5                   | 5  | 4  | 4  | 4  | 22    |
| 9  | 5                   | 4  | 4  | 5  | 3  | 21    |
| 10 | 5                   | 3  | 3  | 4  | 3  | 18    |
| 11 | 4                   | 3  | 3  | 4  | 3  | 17    |
| 12 | 4                   | 4  | 3  | 3  | 3  | 17    |
| 13 | 5                   | 3  | 3  | 4  | 3  | 18    |
| 14 | 5                   | 3  | 3  | 3  | 3  | 17    |
| 15 | 5                   | 3  | 3  | 4  | 2  | 17    |
| 16 | 5                   | 3  | 3  | 4  | 4  | 19    |
| 17 | 3                   | 4  | 3  | 4  | 4  | 18    |
| 18 | 3                   | 3  | 5  | 3  | 3  | 17    |
| 19 | 3                   | 4  | 4  | 3  | 3  | 17    |
| 20 | 4                   | 4  | 4  | 4  | 4  | 20    |
| 21 | 3                   | 4  | 4  | 5  | 4  | 20    |
| 22 | 5                   | 4  | 3  | 3  | 3  | 18    |
| 23 | 5                   | 3  | 4  | 4  | 3  | 19    |
| 24 | 5                   | 4  | 3  | 3  | 4  | 19    |
| 25 | 4                   | 4  | 3  | 4  | 4  | 19    |
| 26 | 4                   | 3  | 4  | 4  | 4  | 19    |
| 27 | 4                   | 4  | 4  | 4  | 2  | 18    |
| 28 | 4                   | 4  | 2  | 2  | 4  | 16    |
| 29 | 4                   | 3  | 2  | 2  | 4  | 15    |
| 30 | 4                   | 4  | 3  | 3  | 4  | 18    |
| 31 | 2                   | 4  | 2  | 2  | 4  | 14    |
| 32 | 3                   | 2  | 3  | 3  | 4  | 15    |
| 33 | 3                   | 5  | 3  | 5  | 4  | 20    |
| 34 | 4                   | 3  | 3  | 4  | 4  | 18    |
| 35 | 3                   | 3  | 4  | 4  | 4  | 18    |

|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 36 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 18 |
| 37 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 18 |
| 38 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 17 |
| 39 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 40 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 41 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 17 |
| 42 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| 43 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 22 |
| 44 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 45 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 17 |
| 47 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 18 |
| 48 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 49 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 50 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 51 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 53 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 54 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 55 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 56 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 57 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 58 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 59 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 60 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 19 |
| 61 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 62 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 63 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 20 |
| 64 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 65 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 66 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 17 |
| 67 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 69 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 70 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 18 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 72 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 18 |

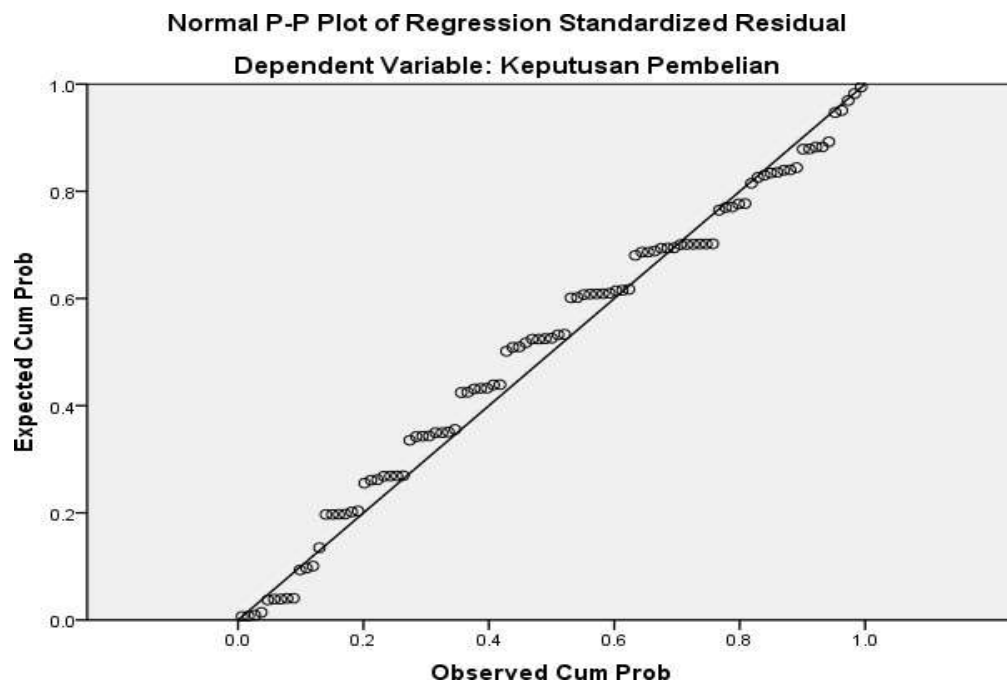
|    |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 73 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 21 |
| 74 | 4 | 5 | 3 | 5 | 2 | 19 |
| 75 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 76 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 11 |
| 77 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 19 |
| 78 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 21 |
| 79 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 80 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 81 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 19 |
| 82 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 20 |
| 83 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 20 |
| 84 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 85 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 21 |
| 86 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 87 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 18 |
| 88 | 2 | 5 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 89 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 90 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 21 |
| 91 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 92 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 93 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 94 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 18 |
| 95 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 96 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| 97 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 20 |

## Lampiran 10 : Hasil Uji Normalitas

### Grafik Histogram



### Grafik Normal Probability Plot of Regression



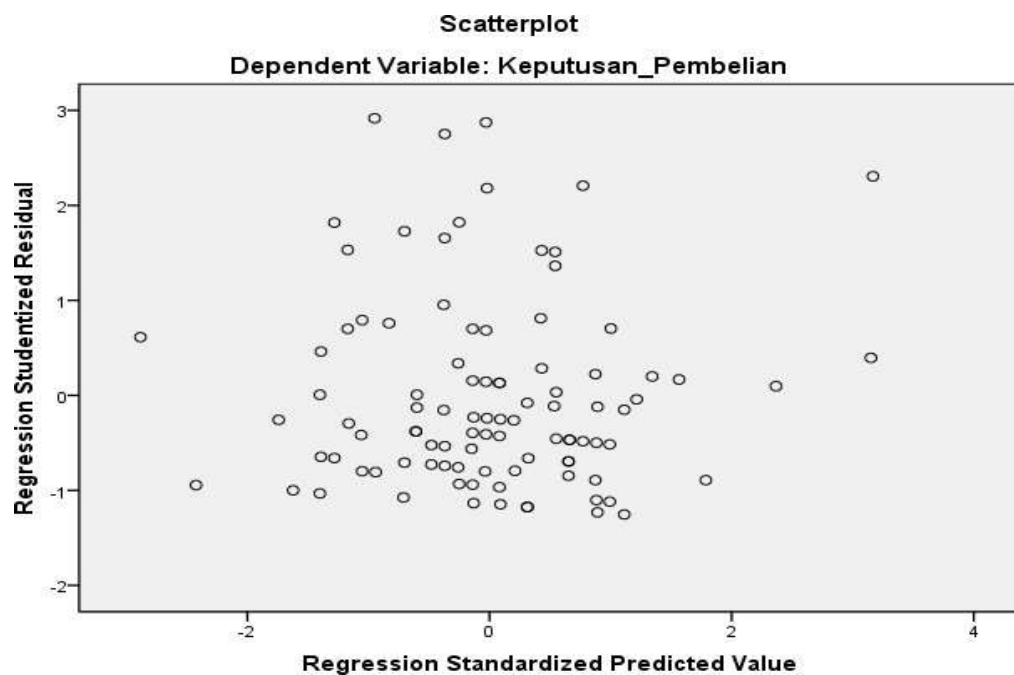
### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 97                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 1.45583626              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .079                    |
|                                  | Positive       | .059                    |
|                                  | Negative       | -.079                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | .779                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .579                    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Lampiran 11 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot



### Lampiran 12 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier

#### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .618 <sup>a</sup> | .382     | .369              | 1.471                      |

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk, Persediaan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### ANOVA<sup>b</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 125.810        | 2  | 62.905      | 29.061 | .000 <sup>a</sup> |
|       | Residual   | 203.468        | 94 | 2.165       |        |                   |
|       | Total      | 329.278        | 96 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Atribut Produk, Persediaan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)     | 4.537                       | 1.849      |                           | 2.454 | .016 |                         |       |
|       | Persediaan     | .344                        | .068       | .409                      | 5.041 | .000 | .999                    | 1.001 |
|       | Atribut Produk | .342                        | .059       | .474                      | 5.839 | .000 | .999                    | 1.001 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama : Erica Taniyek  
Tempat / Tanggal Lahir : Medan / 23 July 1999  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Subur No 37  
Alamat E-mail : ericatanzzzz@gmail.com  
Agama : Buddha  
Status : Belum Menikah  
Handphone (HP) : 081260381188

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. Tahun 2002 s/d Tahun 2008 : SD
2. Tahun 2008 s/d Tahun 2014 : SMP
3. Tahun 2014 s/d Tahun 2017 : SMA
4. Tahun 2017 s/d Tahun 2021 : S1

### **DATA ORANG TUA**

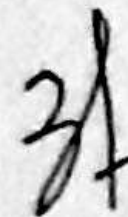
Nama Ayah : Li Poh Lai  
Pekerjaan : Wiraswasta  
Handphone (HP) : 081370906108  
Alamat : Jl. Subur No 37 Medan

Nama Ibu : Ina Lanifah  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Handphone (HP) : 081360385089  
Alamat : Jl. Subur No 37 Medan

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 07 Juli 2021

Penulis



Erica Taniyek



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**EKA PRASETYA**

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : [www.eka-prasetya.ac.id](http://www.eka-prasetya.ac.id) E-mail : [ekaprasetya@eka-prasetya.ac.id](mailto:ekaprasetya@eka-prasetya.ac.id)

Medan, 2 Maret 2021

Nomor : 1560/R/STIE-EP/III/2021

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu Pimpinan Ahua Kelontong

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

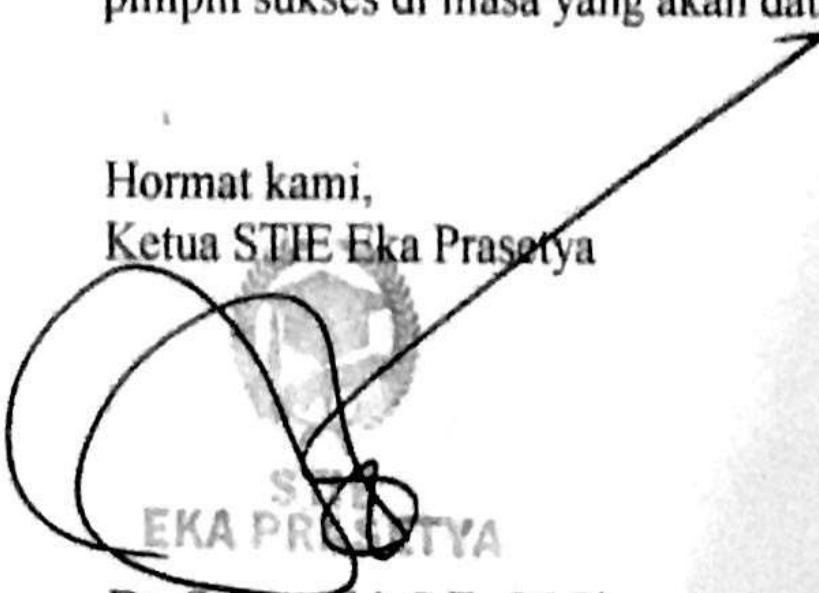
|                   |                                                                                                          |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama              | : Erica Taniyek                                                                                          |
| NIM               | : 171010095                                                                                              |
| Semester          | : VIII                                                                                                   |
| Program Studi     | : Manajemen (S1)                                                                                         |
| Judul Tugas Akhir | : Pengaruh Persediaan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ahua Kelontong Medan |

Untuk mengadakan peninjauan ke Ahua Kelontong yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,  
Ketua STIE Eka Prasetya

  
EKA PRASETYA

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



Ahwa Kelontong  
Jln. Pekong I No.27-A, Medan  
No telepon (0813-7090-6108)

---

Medan, 29 Mei 2021

Hal : Balasan

Kepada Yth,  
Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.  
Ketua STIE Eka Prasetya

Di tempat.

Dengan Hormat,  
Yang bertanda tangan dibawah ini :  
Nama : Li Poh Lai  
Jabatan : Owner

Menerangkan bahwa,  
Nama : Erica Taniyek  
NIM : 171010095  
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada toko kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul **"PENGARUH PERSEDIAAN DAN ATRIBUT PROODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA AHUA KELONTONG MEDAN"**

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih.

Hormat Kami,

Li Poh Lai



# SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

## KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Erica Taniyet  
NIM : 171010095  
PROGRAM STUDI : Manajemen

| NO | HARI/TANGGAL SEMINAR   | PENYAJI SEMINAR                                                                                                                                                                        | NIM       | Tanda Tangan Pimp. Seminar |
|----|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------|
| 1  | Senin<br>2 Maret 2020  | Gustina<br>JUDUL PROPOSAL:<br>Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Kepercayaan<br>Konsumen di CV Kharisma Jaya                                                                    | 161010089 |                            |
| 2  | Senin<br>2 Maret 2020  | Angela Sari Dewi<br>JUDUL PROPOSAL:<br>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap<br>Keputusan Pelanggan pada PT. AIFA SCARPI Jalan H:<br>Adam Malik Medan                       | 171010089 |                            |
| 3  | Senin<br>2 Maret 2020  | Aprisiani<br>JUDUL PROPOSAL:<br>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan<br>Pelanggan pada (Studi kasus pada Mahasiswa STIE Eka<br>Prasetya)                         | 161010021 |                            |
| 4  | Kamis<br>19 Maret 2020 | Devvy Limianto<br>JUDUL PROPOSAL:<br>Pengaruh Promosi, Produk dan Lokasi terhadap Keputusan<br>Pembelian pada CV PUTRA MAS PRAPRA                                                      | 161010053 |                            |
| 5  | Kamis<br>19 Maret 2020 | Natalia<br>JUDUL PROPOSAL:<br>Pengaruh Citra Merek, perilaku konsumen dan asosiasi<br>Merek terhadap minat beli konsumen pada Hand Phone Merek<br>OPPO (Studi kasus pada etn prasetya) | 161010062 |                            |
|    |                        | 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, 03 - 03 2020  
Ketua STIE Eka Prasetya  
  
Dr. Sri Rendi, S.E., M.Si



STIE EKA PRASETYA MEDAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN ARTIKEL  
ILMIAH



Nama Mahasiswa : Erica Taniyuk  
NIM : 171010095  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran Kelas : Pemasaran A  
Nomor HP, No. WA : 081260381188 Email : ericatanier@gmail.com  
Alamat Tinggal : Jl Subur No 37  
Dosen Pembimbing Tugas Akhir : TTD :

| Ka. Prodi                  |            | Dosen Pembimbing I                                            | Dosen Pembimbing II                | Mahasiswa              |    |
|----------------------------|------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------------|----|
| Ihdina Guslita, S.E., M.M. |            | Ihdina Guslita, S.E., M.M.                                    | Edwin Sugesti Nasution, S.E., M.M. | Erica Taniyuk          |    |
| No                         | Tanggal    | Uraian Singkat Bimbingan                                      |                                    | Paraf Dosen Pembimbing |    |
|                            |            |                                                               |                                    | I                      | II |
| 1                          | 30/11/2020 | Menentukan Struktur Poin-poin / All guide                     |                                    |                        |    |
| 2                          | 10/12/2020 | Penjelasan dengan Google meet                                 |                                    |                        |    |
| 3                          | 13/12/2020 | Perbaikan dengan menambahkan tabel penjualan 5 tahun terakhir |                                    |                        |    |
| 4                          | 15/12/2020 | Perbaikan tentang perhitungan dan pengisian proposal          |                                    |                        |    |
| 5                          | 6/01/2021  | All & layout untuk tabel ke-4                                 |                                    |                        |    |
| 6                          | 19/01/2021 | Kordinasi dengan Pembimbing I & All Sempu                     |                                    |                        |    |
| 7                          | 16/02/2021 | Perhatikan titik koma dan Pengusutan                          |                                    |                        |    |
| 8                          | 23/02/2021 | All Sempu setelah selesai perbaikan                           |                                    |                        |    |
| 9                          | 26/02-2021 | ole all Sempu                                                 |                                    |                        |    |
| 10                         | 5/04/2021  | Perbaiki dan perhatikan Subjutan huruf titik dan Koma         |                                    |                        |    |
| 11                         | 31/05/2021 | All mangikoni Sidang Meja Hijau                               |                                    |                        |    |
| 12                         | 9/06/2021  | Revisi 1 Bab. IV & V                                          |                                    |                        |    |
| 13                         | 11/06-21   | ole all sidang Meja Hijau                                     |                                    |                        |    |
| 14                         | 06/07-21   | All Revisi Sidang                                             |                                    |                        |    |
| 15                         | 07/07-21   | ole all Revisi Sidang Meja Hijau                              |                                    |                        |    |
| 16                         |            |                                                               |                                    |                        |    |
| 17                         |            |                                                               |                                    |                        |    |
| 18                         |            |                                                               |                                    |                        |    |
| 19                         |            |                                                               |                                    |                        |    |
| 20                         |            |                                                               |                                    |                        |    |
| 21                         |            |                                                               |                                    |                        |    |
| 22                         |            |                                                               |                                    |                        |    |
| 23                         |            |                                                               |                                    |                        |    |
| 24                         |            |                                                               |                                    |                        |    |
| 25                         |            |                                                               |                                    |                        |    |