

ANALISIS PENGARUH CITRA TOKO, KUALITAS PELAYANAN DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO BUKU GRAMEDIA MANADO

*INFLUENCES ANALYSIS OF STORES IMAGE, SERVICES QUALITY AND OF
PRODUCT AVAILABILITY TO PURCHASE DECISION
IN GRAMEDIA BOOKSTORE, MANADO*

Ester Y. Bulele

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado
Email : esterbulele@yahoo.com*

ABSTRAK

Dengan berkembangnya dunia ekonomi saat ini khususnya toko-toko penjualan buku yang begitu menjamur maka persaingan terhadap bisnis ini tidak terhindarkan dan semakin ketat. Supaya dapat berhasil, suatu perusahaan harus mempunyai suatu keunggulan yang kompetitif atau sifat unik yang dapat membuat produknya lebih diminati dari pada produk pesaingnya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/pengunjung yang datang di Toko Buku Gramedia Manado. Sampel penelitian ini adalah 100 orang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis. Hasil uji membuktikan bahwa citra toko, kualitas pelayanan dan ketersediaan produk mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Ketiga variabel independen dianggap penting ketika akan membeli di Toko Buku Gramedia Manado. Perlu menjadi perhatian bagi manajemen Toko Buku Gramedia Manado akan kualitas pelayanan, karena hal ini berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen.

Kata kunci: Citra toko, Kualitas pelayanan, Ketersediaan produk, Keputusan pembelian

ABSTRACT

Today, the economy activities had been created fierce competition among business companies including to the bookstores. In order to succeed in this competition, a company must have a competitive advantage or unique properties that can make the product more attractive than product competitors. 100 customers of Gramedia Bookstor were surveyed as samples. Data is collected using a questionnaire. Processing data using validity test, reliability test, multiple regression analysis and hypothesis testing. The results shows the store image, the service quality and product availability have a positive influences to the purchase decision. Among three independent variables, service quality is a priority considered by management of Gramedia Bookstore Manado, because its a strong significant influences to the buying decision of consumers.

Keywords: Store image, Service quality, Product availability, Purchase decisions.

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berkembangnya dunia ekonomi saat ini khususnya toko-toko penjualan buku yang begitu menjamur maka persaingan terhadap bisnis ini tidak terhindarkan dan semakin ketat. Buku adalah jendela dunia yang bisa mengantarkan kita pada beragam informasi dan pengetahuan. Meski kini buku menghadapi tantangan yang besar dengan adanya media digital, namun keberadaan buku masih tak bisa tergantikan oleh apapun. Dalam bisnis, buku juga memiliki peranan yang cukup penting untuk memunculkan banyak pengusaha sukses. Melihat peluang dari adanya kebutuhan masyarakat ini, perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan pasar, salah satunya dengan membangun citra toko yang baik di mata konsumen karena citra toko dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian suatu produk. Selain citra toko yang baik perusahaan juga harus memperhatikan pelayanan yang akan di berikan kepada kosumen dan ketersediaan produk yang memadai.

Demikian halnya dengan Toko Buku Gramedia Manado tidak luput dari persaingan antar toko buku lain yang berada di Kota Manado dan sekitarnya. Dengan banyaknya toko buku tersebut maka mendorong Toko Buku Gramedia Manado untuk lebih mengembangkan inovasi-inovasi baru supaya konsumen tetap setia dan selalu memutuskan untuk membeli di Toko Buku Gramedia Manado dan tidak berpaling ke toko lain. Meskipun lokasi toko buku ini cukup strategis tetapi berdasarkan observasi peneliti, toko buku ini kurang adanya kreatifitas dalam pengembangan citranya kepada konsumen. Selain itu kualitas pelayanannya sangat perlu mendapat perhatian pengelolanya. Selanjutnya, ketersediaan produk di toko buku ini masih perlu di tingkatkan. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk mengadakan penelitian dengan judul: Analisia Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Manado.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh citra toko, kualitas pelayanan dan ketersediaan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra toko terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Pemasaran

William J. Stanton, (1984) Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Manajemen pemasaran menurut Philip kotler (1997) adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditunjukkan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi Alma (2004).

Citra Toko

Citra toko (*Store Image*) menurut Utami (2008) adalah gambaran keseluruhan yang lebih dari sekedar penjumlahan per bagian, dimana masing-masing bagian berinteraksi satu sama lain dalam pikiran konsumen. Menurut Sopiah dan Syihabuddin (2008) store image memiliki pengertian pandangan atau persepsi masyarakat terhadap nama atau produk toko secara efektif baik dari segi nilai, kualitas dan harga.

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan dapat diwujudkan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya dalam memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggan. Supranto (2006) kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen / pelanggan Ratminto,(2005).

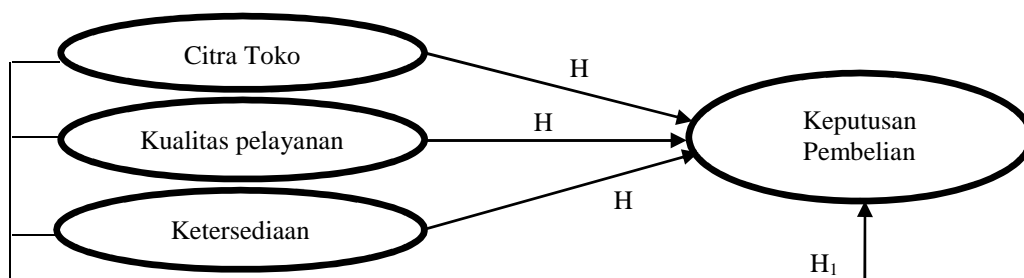
Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk adalah kumpulan barang dagangan yang dimiliki pengecer atau supermarket. Ketersediaan meliputi lebar kategori tiap kategori produk dan variasi di setiap kategori. Bermen dan evans (2001) Ketersediaan produk merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan selama guna memperlancar dan mempermudah penyampaian produk.

Keputusan Pembelian

Kotler dan Amstrong (2008), keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Kotler dan Keller (2009). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 2.4. Kerangka Pemikiran
Sumber: Tinjauan teori 2016.

Penelitian Terdahulu

Saragih (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu di Jakarta. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut: (1) kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. (2) Ketersediaan produk di

toko memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. (3) Gaya hidup mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. (4) Kualitas produk, ketersediaan produk dan gaya hidup secara bersama-sama memberi pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Ernawati (2012) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketersediaan Produk dalam pembentukan intensitas pembelian konsumen pada makanan kepiting di rumah makan sapan *seafood* Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan, harga, ketersediaan produk terhadap intensitas pembelian konsumen pada makanan kepiting sebagai menu andalan di rumah makan Sapan *Seafood* Semarang. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap intensitas pembelian menunjukkan positif, harga berpengaruh terhadap intensitas pembelian, ketersediaan produk berpengaruh terhadap intensitas pembelian.

Soriton, Lumanauw, Dotulong (2014) dengan judul : Ekuitas Merek Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Kentucky Fried Chicken (KFC)* MTC Manado. Hasil uji hipotesis dan analisis regresi dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel ekuitas merek serta kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di KFC MTC Manado, dan pengaruhnya adalah positif. Kualitas pelayanan juga merupakan variabel yang paling dominan atau yang paling kuat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen dalam penelitian ini.

Hipotesis

1. Diduga Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Citra Toko, Kualitas Pelayanan, dan Ketersediaan Produk.
2. Diduga Citra toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
4. Diduga Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

2. METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah Toko Buku (TB) Gramedia Manado yang terletak di Jln. Sam Ratulagi No. 45. Wenang, kota Manado Sulawesi Utara, Indonesia.

Metode Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2002) yang dimaksud dengan teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitiannya. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa metode penelitian adalah cara yang dipergunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu: observasi, wawancara dan kuesioner.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Suharsimi Arikunto (2010) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel penelitian adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.

Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2011:61). Pada penelitian ini telah ditentukan 2 variabel, yaitu variabel bebas atau variabel independen dan variabel terikat atau dependen.

1. Variabel Dependen (Y). Variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2011). Keputusan pembelian (Y). Menurut Swastha dan Handoko (2008) mengemukakan bahwa Keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak. Adapun indikator dari keputusan pembelian yaitu: Pengaruh orang lain yang dianggap penting, Pendapatan keluarga, Manfaat produk yang diharapkan, Pengalaman pribadi dan Pembelian ulang.
2. Variabel Independen. Variabel bebas atau variabel independen. Menurut Sugiyono (2011) variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu, citra toko, kualitas pelayanan, dan ketersediaan produk.

Metode Analisis

Data yang telah dikumpulkan supaya dapat dimanfaatkan dengan baik, maka data tersebut harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar guna mengetahui keputusan pembelian. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis Data Kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2009). Analisis data kuantitatif adalah bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik, maka data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk mempermudah dalam menganalisis dengan menggunakan program SPSS for Windows.
2. Analisis Regresi Linier Berganda. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Regresi berganda berguna untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y). Menurut Jonathan Sarwono (2006) pengertian regresi linear Berganda adalah : Regresi linier berganda mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier yang melibatkan duavariabel bebas untuk digunakan sebagai alat prediksi besarnya nilai variabel tergantung. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y= Keputusan Pembelian	a=Konstata (nilai Y pada saat nol)
X ₁ = Citra Toko	b= Koefisien regresi
X ₂ = Kualitas Pelayanan	e= Error atau residu
X ₃ = Ketersediaan Produk	

3. Uji Parsial (Uji t). Adapun tujuan dari uji parsial adalah untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu atau parsial terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Adapun langkah-langkah pengujian t adalah sebagai berikut :

1. Menentukan H_0 dan H_a . $H_0 : \mu_i = 0$ (variabel independen secara individu tidak berpengaruh terhadap variabel dependen). $H_a : \mu_i > 0$ (variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen).
2. Digunakan uji satu sisi dengan tingkat kehandalan 95 % ($\alpha = 5\%$) dengan $df = n-k$, maka akan didapat nilai t tabel (periksa tabel t).
3. Kriteria pengujian
 1. t hitung dan t tabel
 H_0 diterima bila t hitung $<$ t tabel (berarti tidak ada pengaruh)
 H_0 ditolak bila t hitung \geq t tabel (berarti ada pengaruh)
 2. probabilitas Signifikansi
 H_0 diterima bila Prob. Sig $>$ 0,05 (5%) (berarti tidak ada pengaruh)
 H_0 ditolak bila Prob. Sig $<$ 0,05 (5%) (berarti ada pengaruh)
4. Uji Berganda (Uji F). Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana variasi variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variasi tidak bebasnya secara serempak. Langkah pengujian uji F adalah :
 1. Menentukan H_0 dan H_a
 $H_0 : \mu_{1,2} = 0$ yang berarti tidak ada pengaruh dari seluruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.
 $H_a : \mu_{1,2} > 0$ yang berarti ada pengaruh dari seluruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.
 2. Digunakan sisi kanan, maka dapat diperiksa tabel $F_{0,05} : df$
 3. Kriteria Pengujian
 F hitung dan F tabel
 H_0 diterima bila F hitung $<$ F tabel (berarti tidak ada pengaruh)
 H_0 ditolak bila F hitung $>$ F tabel (berarti ada pengaruh)
Probabilitas Signifikansi
 H_0 diterima bila $P >$ 0,05 (5%) (berarti tidak ada pengaruh)
 H_0 ditolak bila $P <$ 0,05 (5%) (berarti ada pengaruh)
5. Perhitungan Koefisien Determinasi (r^2). Koefisien determinasi / R^2 digunakan untuk mengetahui hubungan antara semua variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi atau kontribusinya dalam dependen variabel yang dapat dijelaskan oleh variasi dalam independen variabel. Nilai R^2 terletak antara 0 (no) dan 1 (satu), jika R^2 semakin mendekati 1, maka semakin besar variasi dalam dependen variabel yang dapat dijelaskan oleh variasi dalam independen variabel, ini berarti semakin tepat garis regresi tersebut untuk mewakili hasil observasi yang sebenarnya. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan Adjusted R Square, hal ini dikarenakan jumlah variabel independen lebih dari dua.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Sebelum penelitian ini dilaksanakan maka penulis terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap responden untuk melihat kevalidan dan reliabelnya instrumen penelitian yang digunakan. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner yang telah dibuat. Sugiyono (2009) mengemukakan bahwa uji coba dilakukan setelah instrumen/ kuesioner tersebut selesai disusun, instrumen kemudian diuji cobakan pada sampel darimana populasi akan diambil. Jumlah anggota yang digunakan sekitar 30 orang sebagai responden. Uji validitas didasarkan pada nilai korelasi minimal 0,30. Jika pertanyaan nilainya lebih besar dari 0,30 pertanyaan tersebut adalah valid. Pengujian reabilitas instrument didasarkan pada Koefisien

Reabilitas. Nilai koefisien dikatakan baik bila nilai *Alpha Cronbach* 0,60 atau lebih besar. Tabel 1 merupakan rangkuman dari hasil pengujian validitas dan reabilitas instrumen.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator /Pertanyaan	Corected item-total correlation	Keterangan	Cronbach Alpha	Keterangan
X1	1	0,482	Valid	0,600	Reliabel
	2	0,373	Valid		
	3	0,351	Valid		
	4	0,371	Valid		
	5	0,315	Valid		
X2	1	0,724	Valid	0,826	Reliabel
	2	0,973	Valid		
	3	0,967	Valid		
	4	0,952	Valid		
	5	0,923	Valid		
X3	1	0,588	Valid	0,786	Reliabel
	2	0,783	Valid		
	3	0,872	Valid		
	4	0,804	Valid		
	5	0,554	Valid		
Y	1	0,983	Valid	0,839	Reliabel
	2	0,984	Valid		
	3	0,991	Valid		
	4	0,990	Valid		
	5	0,997	Valid		

Sumber: Hasil olahan data, 2016.

Tabel 1 memperlihatkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut: Variabel X₁ semua pernyataan valid atau lebih besar dari nilai korelasi minimal 0,30. Dan reliabilitas X₁ nilai ada diatas 0,60 berarti reliabel. Variabel X₂ semua pernyataan valid atau lebih besar dari nilai korelasi minimal 0,30. Dan reliabilitas X₃ hasilnya nilai ada diatas 0,60 berarti reliabel. Variabel Y semua pernyataan valid atau lebih besar dari nilai korelasi minimal 0,30. Reliabilitas Y nilai ada diatas 0,60 berarti reliabel. Sesuai hasil ini berarti dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian baik.

Analisis Regresi Linear Berganda Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil prediksi penelitian yang baik, maka sebelum dilakukan uji regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik, untuk menguji apakah model regresi menghasilkan estimator linier tidak bias yang terbaik (*best linear unbiased estimator/BLUE*). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik.

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti adanya korelasi yang sangat kuat diantara dua atau lebih variabel bebas. Model regresi linear mengasumsikan bahwa tidak ada Multikolinieritas diantara dua variabel bebasnya. Jika terdapat Multikolinieritas berarti antar variabel bebas memiliki hubungan atau korelasi yang sangat kuat. Apabila ini terjadi, maka model regresi yang dihasilkan akan bias kalau digunakan untuk peramalan (estimasi) atau akan bias jika digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Jalan keluarnya yaitu dengan menghilangkan salah satu variabel bebas yang memiliki Multikolinieritas. Multikolinieritas diuji melalui nilai VIF (*Variance Inflating Factor*). Bila nilai VIF disekitar angka 1 dan nilai Tolerance mendekati angka 1 maka tidak terjadi multikolinieritas

atau non multikolinieritas. Hasil pengujian ditunjukkan tabel berikut. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

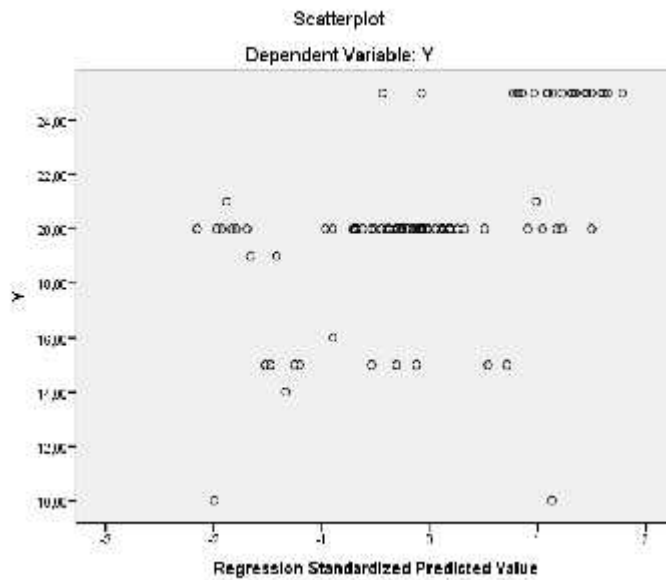
Variabel bebas	VIF	Nilai Toleran
(X ₁) Citra Toko	1,052	0,950
(X ₂) Kualitas Pelayanan	1,007	0,993
(X ₃) Ketersediaan Produk	1,045	0,957

Sumber: Hasil olahan data, 2016.

Dari data pada tabel 2 terlihat bahwa nilai output pada *coeficients model* dikatakan tidak terjadi Multikolinieritas karena semua nilai VIF berada disekitar angka satu.

Uji Homokedastisitas

Homokedastisitas diuji dengan melihat tampilan grafik *scatter plot* yang dihasilkan dari pengujian dengan menggunakan program SPSS seperti di bawah ini (Santoso, 2010):

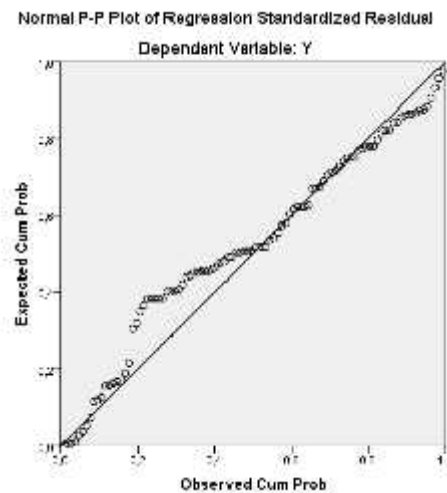


Grafik 1. Grafik Scatter Plot
 Sumber: Hasil olahan data, 2016.

Dari grafik di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas. Hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Normalitas

Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan melihat sebaran titik pada garis diagonal grafik yang dihasilkan melalui pengujian dengan menggunakan program SPSS seperti di bawah ini:



Grafik 2. Normal P-P Plot
 Sumber: Hasil olahan data, 2016.

Dari data di atas terlihat bahwa titik-titik mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Berganda

Setelah melaksanakan uji asumsi klasik, karena telah terpenuhinya asumsi klasik pada hasil analisis data, maka selanjutnya sudah dapat dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan. Perhitungan regresi berganda antarvariabel independen seperti; Citra toko (X_1) kualitas pelayanan (X_2), dan ketersediaan Produk (X_3), serta keputusan pembelian pada variabel (Y) sebagai variabel terikat dengan menggunakan bantuan paket program komputer SPSS, hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Berganda, Korelasi, Determinasi dan Uji Hipotesis

Variabel	B	Standart Error	t _{hitung}	Sig	Ket
Constant	4,664				
Citra Toko(X_1)	0,254	0,197	1,289	0,201	Tidak signifikan
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,571	0,086	6,666	0,000	Signifikan
Ketersediaan produk (X_3)	0,089	0,096	0,925	0,367	Tidak signifikan
R = 0,571	F = 15,512				
R Square = 0,326	Sig.F = 0,000				

Sumber: Hasil olahan data, 2016.

Analisis Regresi Linear Berganda

Dari hasil analisis, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : Persamaan regresi linier berganda di atas, dapat menginformasikan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 4,664 artinya jika variabel independen yang terdiri dari Citra Toko X_1 , Kualitas Pelayanan X_2 , dan Ketersediaan Produk X_3 dianggap 0 (nol) atau tidak diterapkan maka, Keputusan Pembelian di TB. Gramedia Manado sebesar 4,664 satuan.
2. Koefisien regresi citra toko (X_1) sebesar 0,254 artinya, jika citra toko ditingkatkan sebesar 1 skala dalam jawaban responden maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian di TB. Gramedia Manado, sebesar satuan dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap.
3. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,571 artinya jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden akan meningkatkan Keputusan Pembelian di TB. Gramedia Manado sebesar 0,571 satuan.

Pembelian di TB. Gramedia Manado, sebesar 0,089 satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap.

4. Koefisien regresi ketersediaan produk (X_3) sebesar 0,089 artinya jika ketersediaan Produk meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden akan meningkatkan keputusan pembelian Pada TB. Gramedia Manado, sebesar 0,089 satuan dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap tetap.

Koefisien Korelasi dan Determinansi

Pengaruh antara citra toko, kualitas pelayanan dan ketersediaan Produk dapat di lihat melalui koefisien korelasi terutama digunakan terhadap keputusan pembelian di TB. Gramedia Manado. Hasil koefisien korelasi atau R sebesar 0,571 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh citra toko, kualitas pelayanan dan ketersediaan produk, terhadap keputusan pembelian di TB. Gramedia Manado, mempunyai pengaruh yang positif. Hasil Koefisien Determinasi atau R^2 (r^2) adalah yang menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian di TB. Gramedia Manado, dipengaruhi oleh citra toko, kualitas pelayanan dan ketersediaan Produk 0,571 sementara sisanya sebesar 0,326 dipengaruhi oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh pengaruh secara bersama variabel citra toko, kualitas pelayanan dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian di TB. Gramedia Manado, maka dilakukan uji hipotesis. Uji hoptesis pengaruh secara bersama menggunakan angka F. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikan (5%) dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung}(\text{sig}) \geq \alpha 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak,
2. Jika $F_{hitung}(\text{sig}) < \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a di terima

Berdasarkan perhitungan menunjukkan bahwa angka F sebesar 15,512 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel citra toko, kualitas pelayanan dan ketersediaan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di TB. Gramedia Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa diduga variabel citra toko, kualitas pelayanan dan ketersediaan produk secara bersama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di TB. Gramedia Manado di terima.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Untuk melihat ada/tidaknya pengaruh Citra toko, kualitas pelayanan, dan ketersediaan produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di TB. Gramedia Manado, dapat dilakukan dengan menggunakan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:

1. $t_{hitung} \leq t_{tabel} (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima sehingga H_a ditolak.
2. $t_{hitung} > t_{tabel} (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak sehingga H_a diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel citra toko sebesar 1,289 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,690 dengan tingkat signifikan $0,201 < 0,05$, hingga H_0 ditolak artinya Citra toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di TB. Gramedia Manado, dengan demikian hipotesis dapat diterima.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 6,666 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,690 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, hingga H_0 ditolak artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di TB. Gramedia Manado, dengan demikian hipotesis dapat diterima.

3. Nilai t_{hitung} untuk variabel ketersediaan Produk sebesar 0,079 lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,690 dengan tingkat signifikan 0,357 lebih kecil 0,05, hingga H_0 diterima artinya ketersediaan Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di TB. Gramedia Manado, dengan demikian hipotesis dapat di terima.

Pembahasan

Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian untuk variabel citra toko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di TB. Gramedia Manado.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian arahnya positif. Terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian, maka kualitas pelayanan di toko buku gramedia manado berpengaruh pada pelanggan. Kualitas pelayanan juga merupakan variabel yang paling dominan atau yang paling kuat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa untuk variabel ketersediaan Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di TB. Gramedia Manado.

4. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Citra Toko, Kualitas Pelayanan, dan Ketersediaan Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Toko Buku Gramedia Manado.
2. Citra toko secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Manado.
3. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Buku Gramedia Manado.
4. Ketersediaan produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Manado.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dipakai sebagai masukan bagi Toko Buku Gramedia Manado.

1. Manajemen perusahaan dalam hal ini TB. Gramedia Manado untuk dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, citra toko, kualitas pelayanan dan ketersediaan produk.
2. Untuk faktor ketersediaan produk lebih di tingkatkan, memperbanyak dan memperhatikan kebutuhan konsumen yang lebih mendominasi pada suatu produk yang lebih di minati dari pada memperbanyak produk yang kurang di minati.
3. Di harapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menambahkan, dan memperluas lagi faktor-faktor selain ke tiga faktor diatas untuk memprediksi keputusan pembelian. Selain

itu juga peneliti selanjutnya perlu mencermati hal-hal yang menjadi indikator pengukuran variabel serta objek penelitian

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- [1] Alma, Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Cetakan Kelima. CV. Alfabeta. Bandung.
- [2] Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [3] Basu Swassta dan T. Hani Handoko, William J. Stanton., (2004). *Management Pemasaran Modern*. PT. Grasindo Persada. Jakarta.
- [4] Berman, Barry and Evans, Joel. (2004). *Retail Management*. Prentice Hall.
- [5] Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* Jakarta: PT Indeks Kelompok Granedia. Prentice-Hall Inc.
- [6] Khotler, Philip.(1997). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Erlangga, Jilid 1.
- [7] Kotler Philip dan Gary, Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- [8] Kotler Philip dan Kevin Lane Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia PT. Prenhalindo Indonesia, Jakarta.
- [9] Lupiyoadi, Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat Bayumedia.
- [10] Ratminto dan Winarsih, Atik Septi. (2005). *Manajemen Pelayanan* (Cetakan I). Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- [11] Stanton, J. William. (1984). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- [12] Sopiah, dan Syihabudin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Penerbit.
- [13] Supranto.(2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta.
- [14] Sarwono, Jonathan, (2006). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*, Andi Offset, Yogyakarta.
- [15] Sugiyono : (2009) *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R and D*, Alfabeta, Bandung:
- [16] Utami, Christina W.(2008). *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*. Jakarta: