

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Gambaran Umum Tempat Penelitian

3.1.1.1. Sejarah Toserba Pajajaran Ciamis

Toserba Pajajaran Ciamis adalah sebuah pusat perbelanjaan atau department store yang terletak di Ciamis, Jawa Barat, Indonesia. Alamatnya berada di Jalan Perintis Kemerdekaan, Ciamis. Adapun sejarah berdirinya Toserba Pajajaran dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Era Generasi Pertama (Tahun 1975-1990)

Cikal bakal Toserba Pajajaran Banjar diawali dari sebuah kemauan untuk berdagang seorang pemuda bernama “TONI SULTONI” asli Cikoneng – Ciamis. Pada waktu itu bapak Toni berdagang pakaian itupun dikreditkan dengan cara berkeliling (ditanggung) dari satu rumah ke rumah lain, hari demi hari tidak dipungkiri selalu mendapatkan keuntungan walau tidak setimpal dengan cucuran keringat yang dikeluarkan, meskipun dengan jumlah yang sedikit tapi Bapak Toni orangnya pekerja keras, pantang menyerah selain itu orangnya dermawan dan sering bersedekah kepada orang yang memerlukan pertolongan. Dikumpulkannya hasil tiap harinya itu, sehingga sampai bisa membeli kios di depan alun – alun Ciamis. Seiring berjalannya kios hasil keuntungan terus bertambah meskipun barang yang dijual masih sebatas pakaian saja. Dengan rasa syukur yang tak terhingga di

masa ini juga Bapak Toni bisa meminang gadis asal Cijulang yang bernama Ibu “IMAS SURYAMAH” sehingga setelah menikah kios dikelola berdua dengan penuh perjuangan dan semangat yang gigih sehingga hasilnya pun alhamdulillah bisa untuk menuaikan ibadah haji ke Tanah Suci Mekah (Tahun 1990 – 2005).

Bapak Haji Toni Sultoni terus berpikir tak kenal lelah untuk bisa memajukan perusahaan. Dengan pemikirannya cerdas dan punya hati penyantun pada masa ini juga bisa membeli lagi toko yang ukurannya lebih besar dan letaknya lebih strategis lagi untuk area perbelanjaan yang letaknya di depan Terminal Ciamis dengan niat minimalnya bisa mempekerjakan orang-orang sekitar. Toko tersebut diberi nama “PADJADJARAN” dengan jumlah karyawan 15 orang. Perubahan strategi dilakukan oleh Bapak H.Toni dengan menambah varian barang jualan, bukan hanya pakaian tapi juga dilengkapi dengan keperluan masyarakat sehari-hari. Seiring dengan itu, toko semakin berkembang dan penulisan namanya diganti menjadi ”PAJAJARAN”.

2. Era Generasi Kedua

Pada tahun 2005 rencana pembangunan dan pengembangan toko dimulai dengan ditemukannya lokasi yang cocok di Jl. Perintis Kemerdekaan No.34 Ciamis dengan luas tanah sekitar 250 m2. Pada tanggal 01 Agustus 2006 sebuah Toserba Pajajaran yang baru dengan luas toko sekitar 100 m2 dibangun dan dibuka di Jl. Perintis Kemerdekaan No.34 Ciamis. Ibu Linda Herlina sebagai store manager/kepala toko pertama

membawahi 40 orang karyawan. Selanjutnya tanggal 01 Agustus ditetapkan sebagai Hari Jadi Toserba Pajajaran yang diperingati setiap tahunnya. Dikarenakan kesibukan mengurus toserba ini, maka toko yang di depan terminal ditutup dan dikontrakkan ke pihak lain.

3.1.1.2. Organisasi Kepegawaian Toserba Pajajaran Ciamis

Pengorganisasian merupakan suatu tindakan yang harus dilaksanakan oleh setiap perusahaan yang merupakan salah satu fungsi management dalam tugas wewenang dan tanggungjawab serta penentuan hubungan antara satuan organisasi. Pengorganisasian bertujuan agar tugas dapat terlaksana dengan baik, sehingga menjadi hubungan yang harmonis antar karyawan dan tujuan yang hendak di capai perusahaan akan lebih mudah untuk dicapai.

Terdapat berbagai jenis jabatan di Toserba Pajajaran Ciamis, diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Presiden Direktur

Presiden direktur bertanggungjawab terhadap kelancaran tugas Toserba Pajajaran Ciamis, mempertanggungjawabkan semua kebijakan perusahaan yang menyangkut kegiatan keuangan penjualan dan kegiatan pada umumnya serta mengadakan pengontrolan pada setiap para bawahannya.

2. Personalia

Personalia bertanggung jawab untuk mengkoordinir karyawan, penerimaan karyawan baru serta mengarahkan kegiatan karyawan.

3. SPV Keuangan

SPV Keuangan bertanggung jawab mengatur harga barang lapangan, mengatur dana / modal serta mengatur pembagian gaji karyawan.

4. SPV Buyer

SPV Buyer bertanggung jawab untuk mengorder barang dilapangan serta menentukan harga barang.

5. SPV Receiving

SPV Receiving memiliki tanggung jawab untuk menghitung barang masuk, pengangkutan barang, mengecek barang masuk, mengantarkan stok barang ke lapangan, mengecek barang BS serta menentukan ada atau tidaknya barang digudang.

6. SPV Inventori

SPV Inventori bertanggung jawab untuk menghitung stok barang, menentukan jumlah barang serta mengetahui data barang yang masuk.

7. Glocery and Fashion

Glocery and Fashion memiliki tanggung jawab untuk menentukan returan, mengkoordinir karyawan supermarket, mengkoordinir tempat pajangan barang, menentukan harga bandit / diskon serta menentukan jadwal kerja karyawan.

8. SPV Visual

SPV Visual bertanggung jawab untuk membuat brosur / spanduk, mengkondisikan penempatan barang, ADM Finance, pembukuan serta embuatan barcode barang.

9. Cleaning Service

Cleaning Service memiliki tanggung jawab untuk membersihkan lokasi serta merapikan dus yang tidak terpakai.

10. Kasir

Kasir memiliki tanggung jawab untuk melayani konsumen yang akan menyelesaikan transaksi.

11. Checker

Checker disini bertanggungjawab terhadap keluar-masuknya barang dari gudang

12. CSO/IP

CSO/IP memiliki tanggung jawab untuk mengumumkan informasi serta melayani penitipan barang

13. Teknisi

Teknisi memiliki tanggung jawab untuk mengurus bagian mesin serta memperbaiki kerusakan mesin.

3.1.1.3. Tata Kerja Toserba Pajajaran Ciamis

Setiap perusahaan pasti memiliki tata kerja aturan yang berbeda-beda sesuai dengan nilai-nilai norma yang ada tata kerja harus dipenuhi dan di taati oleh semua karyawan misalnya di Toserba Pajajaran Ciamis yang memiliki tata kerja diantaranya :

1. Jadwal Kerja

- a. Jadwal kerja karyawan yang bertugas di Toserba Pajajaran diatur oleh masing-masing cabang.

- b. Libur karyawan diatur oleh atasan masing-masing antara hari Senin sampai dengan Minggu (salah satu hari) dan disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.
- c. Dalam kondisi tertentu store manager dapat membuat pengaturan jam kerja tersendiri (fleksibel time) sesuai kebutuhan perusahaan.
- d. Jadwal melaksanakan ibadah agama (sholat) diatur secara bergiliran oleh atasan masing-masing.

2. Waktu Kehadiran

- a. 15 menit sebelum jam kerja dimulai seluruh karyawan harus siap berada di tempat kerja.
- b. Karyawan yang terlambat hadir dan atau pulang sebelum waktunya sebanyak 3x atau lebih dalam 1 periode absen, akan mempengaruhi penilaian kerja yang bersangkutan.
- c. Setiap akan memulai tugas, seluruh karyawan shift pagi wajib mengikuti do'a pagi dan shift siang wajib mengikuti do'a siang.
- d. Masuk dan keluar dari lingkungan kerja harus melalui pintu yang ditetapkan sebagai pintu masuk dan keluar karyawan.
- e. Sebelum kegiatan operasional toko berakhir, karyawan tidak diperbolehkan meninggalkan tempat tugas / counter masing-masing.
- f. Pada saat meninggalkan tempat kerja (saat istirahat, pulang dan pada keadaan tertentu) karyawan wajib menjalani check body serta pemeriksaan belanjaan atau barang bawaan.

3. Pencatatan Kehadiran

- a. Karyawan wajib mencatat kehadiran pada mesin pencatat waktu setiap akan memulai waktu kerja, waktu istirahat, dan setelah mengakhiri waktu kerja.
- b. Waktu kerja dinyatakan berakhir setelah diinformasikan oleh bagian customer relation. Sebelum waktu kerja berakhir, karyawan dilarang berbaris di depan mesin absensi.
- c. Karyawan wajib mencatat kehadirannya melalui kartu absensi
- d. Karyawan yang tidak mencatat kehadiran dan tidak dapat membuktikan kehadirannya dianggap tidak hadir.
- e. Setiap ketidakhadiran karyawan harus tercatat dalam kartu catatan karyawan.

4. Moral dan Sikap Kerja

Moral Kerja Karyawan wajib melaksanakan tugas dan pekerjaannya dengan disiplin dan penuh tanggungjawab sesuai moral filosofi perusahaan (jujur, aman, rendah hati dan istiqomah).

Sedangkan, sikap kerja karyawan terdiri dari sebagai berikut:

- a. Selama menjalankan aktifitas kerja, karyawan terikat dengan tata tertib dan peraturan perusahaan yang berlaku
- b. Menjalankan pekerjaan sesuai standar perusahaan
- c. Tidak melakukan tindakan-tindakan termasuk dalam kategori pelanggaran berat seperti : melakukan pencurian, penggelapan,

pemalsuan, mabuk menggunakan atau mengedarkan narkoba atau melakukan perbuatan yang melanggar hukum lainnya.

- d. Ketika kerja karyawan tidak boleh makan makanan dan menggunakan HP di area counter atau area jual.

5. Hal-hal yang Berkaitan dengan Kepentingan Pribadi

- a. Barang milik karyawan harus disimpan di loker karyawan atau tempat yang telah ditentukan.
- b. Setiap barang milik karyawan yang hendak dibawa masuk ke area toko harus dilakukan pencatatan oleh petugas keamanan serta sepengetahuan atasan.
- c. Karyawan yang kena hal membutuhkan waktu untuk menyelesaikan aktifitas di luar kepentingan perusahaan dapat meminta ijin kepada atasan masing-masing dengan pemberitahuan 3 hari sebelumnya.

6. Kelengkapan Kerja

- a. Karyawan wajib memakai seragam/ pakaian kerja serta atribut yang ditetapkan perusahaan pada saat tiba di lingkungan kerja.
- b. Kartu identitas karyawan harus selalu dikenakan pada saat bertugas.
- c. Sepatu kerja yang harus dikenakan adalah sepatu formal (untuk wanita tinggi hak sepatu minimal 3 cm) berwarna hitam tertutup serta dilarang menggunakan sandal di area kerja pada saat bertugas.
- d. Seragam dan kartu identitas karyawan adalah milik perusahaan yang wajib dipelihara dengan baik

7. Penampilan

- a. Karyawan pria potongan rambut pendek dan rapih (bagian depan tidak menutupi mata dan bagian belakang tidak melebihi kerah).
- b. Bagi karyawan pria tidak berjanggut.
- c. Karyawan wanita wajib menggunakan kerudung yang telah ditentukan perusahaan.

8. Aturan Berbelanja

- a. Waktu berbelanja karyawan adalah waktu istirahat / pulang bekerja disesuaikan dengan kondisi toko.
- b. Struk / bon berbelanja bersama barang belanjaan harus di periksa dan di tanda tangani oleh atasan yang sedang bertugas (boleh juga oleh bagian keamanan)
- c. Barang belanjaan yang telah diperiksa harus di simpan pada saat diperiksa dan di letakan di tempat yang telah ditentukan.

9. Lembur

- a. Karyawan harus bersedia di tugaskan bekerja lembur sesuai kebutuhan perusahaan.
- b. Jadwal kerja lembur di atur atasan langsung sesuai kebutuhan dengan mengikuti prosedur yang telah tentukan.

10. Sanksi

Pelanggaran atas semua tata tertib di atas akan di kenakan sanksi sesuai dengan peraturan perusahaan dan atau ketentuan ketenaga kerjaan.

3.1.2. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan diperoleh beberapa karakteristik responden yang dilihat dari segi jenis kelamin, usia, pendidikan dan penghasilan, secara lebih jelas akan diuraikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persen (%)
Laki-laki	40	44
Perempuan	51	56
Jumlah	91	100

Sumber data: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sangat penting karena jenis kelamin menentukan perbedaan preferensi dan perilaku, menentukan segmentasi pasar, menentukan representativitas data, sebagai analisis perbandingan, relevansi sosial dan akademik. Untuk jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 40 orang atau 44%. Sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 51 orang atau 56%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen Toserba Pajajaran Ciamis didominasi oleh konsumen perempuan.

Kemudian karakteristik responden dilihat dari usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Jenis kelamin	Frekuensi	Persen (%)
20 s/d 25 Tahun	38	42
26 s/d 35 Tahun	31	34
36 s/d 40 Tahun	9	10
> 41 Tahun	13	14
Jumlah	91	100

Sumber data: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa usia termasuk dalam kategori karakteristik responden karena gaya hidup rentang usia berbeda, target setiap usia berbeda, dengan mengetahui usia dapat melakukan analisis yang lebih tajam. untuk usia responden dengan usia 20 s/d 25 tahun sebanyak 38 orang atau 42%. Sedangkan responden dengan usia 26 s/d 35 tahun sebanyak 31 orang atau 34%. Kemudian responden dengan usia 36 s/d 40 tahun sebanyak 10 orang atau 10%. Responden dengan usia lebih dari 41 tahun sebanyak 13 orang atau 14%. Jadi usia responden rentang 25 s/d 35 paling banyak menjadi konsumen Toserba Pajajaran Ciamis.

Selanjutnya karakteristik responden dilihat dari pendidikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Jenis kelamin	Frekuensi	Persen (%)
SMA	30	33
D1/D2/D3	8	9
Sarjana (S1)	35	38
Magister (S2)	12	13
Doctor (S3)	6	7
Jumlah	91	100

Sumber data: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa untuk pendidikan terakhir sangat mempengaruhi karakter responden karena mempengaruhi cara berpikir dan pemahaman, akses informasi lebih luas, menentukan persepsi dan sikap, validitas hasil penelitian. responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 30 orang atau 33%. Sedangkan responden dengan pendidikan terakhir D1/D2/D3 sebanyak 8 orang atau 9%. Kemudian responden dengan pendidikan terakhir Sarjana (S1)

sebanyak 35 orang atau 38%. Responden dengan pendidikan terakhir Magister sebanyak 12 orang atau 13%. Dan responden dengan pendidikan terakhir Doctor (S3) ialah sebanyak 6 orang atau 7%.

3.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti

3.1.3.1. Deskripsi Hasil Penelitian Atmosfer Toko

Atmosfer toko adalah suasana atau lingkungan yang diciptakan di dalam sebuah toko untuk mempengaruhi persepsi dan perilaku pelanggan. Atmosfer toko dapat mencakup elemen-elemen seperti desain interior, pencahayaan, musik, aroma, dan suhu. Tujuan dari menciptakan atmosfer toko yang tepat adalah untuk membuat pelanggan merasa nyaman dan betah berbelanja, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian dan menjadi pelanggan setia. Atmosfer toko yang baik dapat membedakan toko dari pesaing dan menciptakan pengalaman berbelanja yang unik dan menyenangkan bagi pelanggan.

Untuk mengetahui bagaimana variabel atmosfer toko pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis, maka penulis melakukan pengumpulan data melalui kuesioner dengan hasil di bawah ini. Namun sebelumnya penulis menyajikan tabel interpretasi jawaban responden, tabel ini digunakan untuk hasil perhitungan skor pernyataan kuesioner.

Kelas Interval	= 5
Skor tertinggi	= 5 x 91 = 455
Skor terendah	= 1 x 91 = 91

Perhitungan kelas Interval :

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

$$\frac{455 - 91}{5} = 72.8$$

Berikut ini adalah tabel interpretasi perhitungan skor untuk variabel atmosfer toko:

Tabel 4. 4
Pedoman Interpretasi Variabel Atmosfer Toko

No	Interval	Interprestasi
1	91 – 163.8	Sangat Tidak Setuju
2	163.9 – 236.6	Tidak Baik
3	236.7 – 309.4	Kurang Setuju
4	309.5 – 382.2	Setuju
5	382.3 – 445	Sangat Setuju

Sumber data: Data diolah peneliti (2025)

Kemudian, hasil statistik deskriptif untuk variabel atmosfer toko ialah sebagai berikut:

1. *Exterior*

Tabel 4. 5
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis
Memiliki Tampilan Eksterior Yang Menarik Dan Modern

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	20	100	21.98%
Setuju	4	42	168	46.15%
Kurang Setuju	3	21	63	23.08%
Tidak Setuju	2	6	12	6.59%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2.20%
Jumlah		91	345	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis memiliki tampilan eksterior yang menarik dan modern, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 21.98%, responden yang menjawab setuju sebanyak

42 orang atau 46,15%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 21 orang atau 23.08%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6.59% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20%. Total skor yang diperoleh sebesar 345. Mengacu pada tabel 4.4 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila Toserba Pajajaran Ciamis memiliki tampilan eksterior yang menarik dan modern.

Tabel 4. 6
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis
Memiliki Area Parkir Yang Luas Dan Mudah Dijangkau

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	26	130	28.57%
Setuju	4	32	128	35.16%
Kurang Setuju	3	26	78	28.57%
Tidak Setuju	2	3	6	3.30%
Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4.40%
Jumlah		91	346	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis memiliki area parkir yang luas dan mudah dijangkau, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 26 orang atau 28.57%, responden yang menjawab setuju sebanyak 32 orang atau 35.16%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 26 orang atau 28.57%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3.30% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4.40%. Total skor yang diperoleh sebesar 346. Mengacu pada tabel 4.4 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila Toserba Pajajaran Ciamis memiliki area parkir yang luas dan mudah dijangkau.

Tabel 4. 7
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis
Memiliki Akses Yang Mudah Dan Nyaman Untuk Masuk

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	25	125	27.47%
Setuju	4	40	160	43.96%
Kurang Setuju	3	16	48	17.58%
Tidak Setuju	2	5	10	5.49%
Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.49%
Jumlah		91	348	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis memiliki akses yang mudah dan nyaman untuk masuk, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 25 orang atau 27.47%, responden yang menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 43.96%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 16 orang atau 17.58%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5.49% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5.49%. Total skor yang diperoleh sebesar 348. Mengacu pada tabel 4.4 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila Toserba Pajajaran Ciamis memiliki akses yang mudah dan nyaman untuk masuk.

2. *General Interior*

Tabel 4. 8
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis
Memiliki Pencahayaan Interior Yang Baik Dan Nyaman

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	22	110	24.18%
Setuju	4	41	164	45.05%
Kurang Setuju	3	21	63	23.08%
Tidak Setuju	2	6	12	6.59%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1.10%
Jumlah		91	350	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis memiliki pencahayaan interior yang baik dan nyaman, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang atau 24.18%, responden yang menjawab setuju sebanyak 41 orang atau 45.05%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 21 orang atau 23.08%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6.59% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10%. Total skor yang diperoleh sebesar 350. Mengacu pada tabel 4.4 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila Toserba Pajajaran Ciamis memiliki pencahayaan interior yang baik dan nyaman.

Tabel 4. 9
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis
Memiliki Tata Letak Produk Yang Mudah Dijangkau Dan Terlihat

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	27	135	29.67%
Setuju	4	35	140	38.46%
Kurang Setuju	3	18	54	19.78%
Tidak Setuju	2	4	8	4.40%
Sangat Tidak Setuju	1	7	7	7.69%
Jumlah		91	344	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis memiliki tata letak produk yang mudah dijangkau dan terlihat, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 orang atau 29.67%, responden yang menjawab setuju sebanyak 35 orang atau 38.46%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 18 orang atau 19.78%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4.40% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7.69%. Total skor yang diperoleh sebesar 344. Mengacu pada tabel 4.4 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila

Toserba Pajajaran Ciamis memiliki tata letak produk yang mudah dijangkau dan terlihat.

Tabel 4. 10
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis
Memiliki Musik Atau Suara Latar Yang Menyenangkan

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	18	90	19.78%
Setuju	4	40	160	43.96%
Kurang Setuju	3	24	72	26.37%
Tidak Setuju	2	8	16	8.79%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1.10%
Jumlah		91	339	100.00%

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis memiliki musik atau suara latar yang menyenangkan, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 19.78%, responden yang menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 43.96%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 24 orang atau 26.37%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang atau 8.79% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10%. Total skor yang diperoleh sebesar 339. Mengacu pada tabel 4.4 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila Toserba Pajajaran Ciamis memiliki musik atau suara latar yang menyenangkan.

3. *Store Layout*

Tabel 4. 11
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis
Memiliki Jalur Penyimpanan Rak Yang Jelas
Dan Tidak Terlalu Sempit

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	28	140	30.77%
Setuju	4	32	128	35.16%
Kurang Setuju	3	22	66	24.18%
Tidak Setuju	2	7	14	7.69%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2.20%
Jumlah		91	350	100.00%

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis memiliki jalur penyimpanan rak yang jelas dan tidak terlalu sempit, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau 30.77%, responden yang menjawab setuju sebanyak 32 orang atau 35.16%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 22 orang atau 24.18%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7.69% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20%. Total skor yang diperoleh sebesar 350. Mengacu pada tabel 4.4 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila Toserba Pajajaran Ciamis memiliki jalur penyimpanan rak yang jelas dan tidak terlalu sempit.

Tabel 4. 12
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis
Memiliki Tata Letak Yang Mudah Diikuti Dan Dipahami

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	18	90	19.78%
Setuju	4	42	168	46.15%
Kurang Setuju	3	24	72	26.37%
Tidak Setuju	2	5	10	5.49%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2.20%
Jumlah		91	342	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis memiliki tata letak yang mudah diikuti dan dipahami, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 19.78%, responden yang menjawab setuju sebanyak 42 orang atau 46.15%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 24 orang atau 26.37%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5.49% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20%. Total skor yang diperoleh sebesar 342. Mengacu pada tabel 4.4 termasuk pada

interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila Toserba Pajajaran Ciamis memiliki tata letak yang mudah diikuti dan dipahami.

Tabel 4. 13
Tanggapan Responden Saya Dapat Dengan Mudah
Menemukan Apa Yang Saya Cari Di Toserba Pajajaran Ciamis

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	22	110	24.18%
Setuju	4	40	160	43.96%
Kurang Setuju	3	18	54	19.78%
Tidak Setuju	2	7	14	7.69%
Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4.40%
Jumlah		91	342	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya dapat dengan mudah menemukan apa yang saya cari di Toserba Pajajaran Ciamis, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang atau 24.18%, responden yang menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 43.96%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 18 orang atau 19.78%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7.69% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4.40%. Total skor yang diperoleh sebesar 342. Mengacu pada tabel 4.4 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen dapat dengan mudah menemukan apa yang saya cari di Toserba Pajajaran Ciamis.

4. Interior Display

Tabel 4. 14
Tanggapan Responden Display Produk Di Toserba Pajajaran Ciamis
Memudahkan Saya Menemukan Apa Yang Saya Cari

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	28	140	30.77%
Setuju	4	36	144	39.56%
Kurang Setuju	3	19	57	20.88%
Tidak Setuju	2	7	14	7.69%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1.10%
Jumlah		91	356	100.00%

Berdasarkan tabel pada pernyataan Display produk di Toserba Pajajaran Ciamis memudahkan saya menemukan apa yang saya cari, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau 30.77%, responden yang menjawab setuju sebanyak 36 orang atau 39.56%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 19 orang atau 20.88%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7.69% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10%. Total skor yang diperoleh sebesar 356. Mengacu pada tabel 4.4 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila display produk di Toserba Pajajaran Ciamis memudahkan konsumen menemukan apa yang saya cari.

Tabel 4. 15
Tanggapan Responden Display Produk Di Toserba
Menggunakan Display Yang Kreatif Dan Inovatif

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	28	140	30.77%
Setuju	4	44	176	48.35%
Kurang Setuju	3	18	54	19.78%
Tidak Setuju	2	0	0	0.00%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1.10%
Jumlah		91	371	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Display produk di Toserba menggunakan display yang kreatif dan inovatif, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 orang atau 30.77%, responden yang menjawab setuju sebanyak 44 orang atau 48.35%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 18 orang atau 19.78%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10%. Total skor yang diperoleh sebesar 371. Mengacu pada tabel 4.4

termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila display produk di Toserba menggunakan display yang kreatif dan inovatif.

Tabel 4. 16
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis Menggunakan Signage (Rambu Toko) Dan Label Yang Jelas Dan Mudah Dibaca

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	25	125	27.47%
Setuju	4	46	184	50.55%
Kurang Setuju	3	17	51	18.68%
Tidak Setuju	2	1	2	1.10%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2.20%
Jumlah		91	364	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis menggunakan *signage* (rambu toko) dan label yang jelas dan mudah dibaca, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 25 orang atau 27.47%, responden yang menjawab setuju sebanyak 46 orang atau 50.55%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 17 orang atau 18.68%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20%. Total skor yang diperoleh sebesar 364. Mengacu pada tabel 4.4 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila Toserba Pajajaran Ciamis menggunakan *signage* (rambu toko) dan label yang jelas dan mudah dibaca.

Selanjutnya hasil rekapitulasi kuisioner pada variabel atmosfer toko dituangkan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4. 17
Rekapitulasi Kuisisioner Variabel Atmosfer Toko

No	PERNYATAAN	Skor Total	Skor Perolehan	Rata-Rata	Interpretasi
Exterior					
1	Toserba Pajajaran Ciamis memiliki tampilan eksterior yang menarik dan modern	91x5 = 450	345	346,33	Setuju
2	Toserba Pajajaran Ciamis memiliki area parkir yang luas dan mudah dijangkau	91x5 = 450	346		
3	Toserba Pajajaran Ciamis memiliki akses yang mudah dan nyaman untuk masuk	91x5 = 450	348		
General Interior					
4	Toserba Pajajaran Ciamis memiliki pencahayaan interior yang baik dan nyaman	91x5 = 450	350	344.33	Setuju
5	Toserba Pajajaran Ciamis memiliki tata letak produk yang mudah dijangkau dan terlihat	91x5 = 450	344		
6	Toserba Pajajaran Ciamis memiliki musik atau suara latar yang menyenangkan	91x5 = 450	339		
Store Layout					
7	Toserba Pajajaran Ciamis memiliki jalur penyimpanan rak yang jelas dan tidak terlalu sempit	91x5 = 450	350	344,67	Setuju
8	Toserba Pajajaran Ciamis memiliki tata letak yang mudah diikuti dan dipahami	91x5 = 450	342		
9	Saya dapat dengan mudah menemukan apa yang saya cari di Toserba Pajajaran Ciamis	91x5 = 450	342		

Interior Display					
10	Display produk di Toserba Pajajaran Ciamis memudahkan saya menemukan apa yang saya cari	$91 \times 5 = 450$	356	363.67	Setuju
11	Display produk di Toserba menggunakan display yang kreatif dan inovatif	$91 \times 5 = 450$	371		
12	Toserba Pajajaran Ciamis menggunakan <i>signage</i> (rambu toko) dan label yang jelas dan mudah dibaca	$91 \times 5 = 450$	364		
Jumlah		5.460	4.197	1.399	Setuju
Rata-Rata		455	349.75	349.75	

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui jumlah total tanggapan responden terhadap atmosfer toko pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis sebesar 4.197 dengan rata-rata 349.75. Untuk memberikan interpretasi terhadap nilai rata-rata tersebut, aka penulis menggunakan interval sebagai berikut:

Kelas Interval = 5

Skor tertinggi = $5 \times 12 \times 91 = 5.460$

Skor terendah = $1 \times 12 \times 91 = 1.092$

Perhitungan kelas Interval : $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$

$$\frac{5.460 - 1.092}{5} = 873,6$$

Selanjutnya interpretasi perhitungan skor pada variabel atmosfer toko dapat dilihat sebagaimana tabel berikut :

Tabel 4. 18
Pedoman Interpretasi

No	Interval	Interprestasi
1	1.092,0 – 1.965,6	Sangat Baik
2	1.965,7 – 2.839,2	Baik
3	2.839,3 – 3.712,8	Cukup Baik
4	3.712,9 – 4.586,4	Baik
5	4.586,5 – 5.460,0	Sangat Baik

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel atmosfer toko pada berada pada kategori baik. Hal ini diperoleh dari skor 4.197 yang berada pada interval ke 4 (3.712,9 – 4.586,4) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa atmosfer toko berada pada kategori baik. Adapun jumlah skor tertinggi pada variabel atmosfer toko sebesar 363,67 terletak pada indikator *interior display*. Sedangkan jumlah skor terendah sebesar 344,67 terletak pada indikator *store layout*.

3.1.3.2. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor Sosial

faktor sosial adalah pengaruh-pengaruh sosial yang mempengaruhi perilaku dan keputusan pembelian konsumen. Faktor-faktor ini mencakup kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial, serta norma dan nilai-nilai yang dianut oleh konsumen. Kelompok referensi, seperti teman-teman atau keluarga, dapat mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen. Selain itu, peran dan status sosial konsumen juga dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek yang dipilih. Norma dan nilai-nilai sosial juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen, seperti kesadaran akan isu lingkungan atau keadilan sosial.

Untuk mengetahui bagaimana variabel faktor sosial pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis, maka penulis melakukan pengumpulan data melalui kuesioner dengan hasil di bawah ini. Namun sebelumnya penulis menyajikan tabel interpretasi jawaban responden, tabel ini digunakan untuk hasil perhitungan skor pernyataan kuesioner.

Kelas Interval = 5

Skor tertinggi = $5 \times 91 = 455$

Skor terendah = $1 \times 91 = 91$

Perhitungan kelas Interval :

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

$$\frac{455 - 91}{5} = 72.8$$

Berikut ini adalah tabel interpretasi perhitungan skor untuk variabel faktor sosial:

Tabel 4. 19
Pedoman Interpretasi Variabel Faktor Sosial

No	Interval	Interprestasi
1	91 – 163.8	Sangat Tidak Setuju
2	163.9 – 236.6	Tidak Setuju
3	236.7 – 309.4	Kurang Setuju
4	309.5 – 382.2	Setuju
5	382.3 – 445	Sangat Setuju

Sumber data: Data diolah peneliti (2025)

Kemudian, hasil statistik deskriptif untuk variabel faktor sosial ialah sebagai berikut:

1. Kelompok Referensi

Tabel 4. 20
Tanggapan Responden Saya Cenderung Membeli Produk
Di Toserba Pajajaran Ciamis Yang Direkomendasikan Teman

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	34	170	37.36%
Setuju	4	35	140	38.46%
Kurang Setuju	3	17	51	18.68%
Tidak Setuju	2	2	4	2.20%
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	3.30%
Jumlah		91	368	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya cenderung membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis yang direkomendasikan teman, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 orang atau 37.36%, responden yang menjawab setuju sebanyak 35 orang atau 38.46%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 17 orang atau 18.68%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3.30%. Total skor yang diperoleh sebesar 368. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen cenderung membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis yang direkomendasikan teman.

Tabel 4. 21
Tanggapan Responden Saya Sering Memberi Rekomendasi Produk
Di Toserba Pajajaran Ciamis Kepada Teman

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	40	200	43.96%
Setuju	4	34	136	37.36%
Kurang Setuju	3	12	36	13.19%
Tidak Setuju	2	5	10	5.49%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0.00%
Jumlah		91	382	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya sering memberi rekomendasi produk di Toserba Pajajaran Ciamis kepada teman, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 orang atau 43.96%, responden yang menjawab setuju sebanyak 34 orang atau 37.36%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 12 orang atau 13.19% dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5.49%. Total skor yang diperoleh sebesar 382. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen sering memberi rekomendasi produk di Toserba Pajajaran Ciamis kepada teman.

Tabel 4. 22
Tanggapan Responden Saya Sering Bergabung Dengan Komunitas Online
Untuk Meminta Pendapat Tentang Produk

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	23	115	25.27%
Setuju	4	44	176	48.35%
Kurang Setuju	3	22	66	24.18%
Tidak Setuju	2	2	4	2.20%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0.00%
Jumlah		91	361	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya sering bergabung dengan komunitas *online* untuk meminta pendapat tentang produk, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang atau 25.27%, responden yang menjawab setuju sebanyak 44 orang atau 48.35% dan responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 22 orang atau 24.18%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20%. Total skor yang diperoleh sebesar 361. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju.

Artinya responden setuju apabila konsumen sering bergabung dengan komunitas *online* untuk meminta pendapat tentang produk.

Tabel 4. 23
Tanggapan Responden Saya Percaya Pada Ulasan Dan Rekomendasi
Dari Orang Lain Saat Memilih Produk

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	19	95	20.88%
Setuju	4	47	188	51.65%
Kurang Setuju	3	23	69	25.27%
Tidak Setuju	2	2	4	2.20%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0.00%
Jumlah		91	356	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya percaya pada ulasan dan rekomendasi dari orang lain saat memilih produk, responden menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang atau 20.88%, responden menjawab setuju sebanyak 47 orang atau 51.65%, responden menjawab kurang setuju sebanyak 23 orang atau 25.27% dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20%. Total skor yang diperoleh sebesar 356. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen percaya pada ulasan dan rekomendasi dari orang lain saat memilih produk.

2. Keluarga

Tabel 4. 24
Tanggapan Responden Keluarga Saya Memiliki Pengaruh Besar
Dalam Keputusan Pembelian Saya

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	23	115	25.27%
Setuju	4	41	164	45.05%
Kurang Setuju	3	23	69	25.27%
Tidak Setuju	2	2	4	2.20%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2.20%
Jumlah		91	354	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Keluarga saya memiliki pengaruh besar dalam keputusan pembelian saya, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 23 orang atau 25.27%, responden yang menjawab setuju sebanyak 41 orang atau 45.05%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 23 orang atau 25.27%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20%. Total skor yang diperoleh sebesar 354. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila keluarga memiliki pengaruh besar dalam keputusan pembelian.

Tabel 4. 25
Tanggapan Responden Saya Sering Meminta Pendapat Keluarga Saya
Tentang Produk Sebelum Membelinya

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	29	145	31.87%
Setuju	4	35	140	38.46%
Kurang Setuju	3	22	66	24.18%
Tidak Setuju	2	2	4	2.20%
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	3.30%
Jumlah		91	358	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya sering meminta pendapat keluarga saya tentang produk sebelum membelinya, responden menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang atau 31.87%, responden yang menjawab setuju sebanyak 35 orang atau 38.46%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 22 orang atau 24.18%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3.30%. Total skor yang diperoleh sebesar 358. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada

interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen sering meminta pendapat keluarga tentang produk sebelum membelinya.

Tabel 4. 26
Tanggapan Responden Saya Merasa Lebih Nyaman Membeli Produk
Yang Disetujui Oleh Keluarga Saya

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	43	215	47.25%
Setuju	4	32	128	35.16%
Kurang Setuju	3	7	21	7.69%
Tidak Setuju	2	7	14	7.69%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2.20%
Jumlah		91	380	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya merasa lebih nyaman membeli produk yang disetujui oleh keluarga saya, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 43 orang atau 47.25%, responden yang menjawab setuju sebanyak 32 orang atau 35.16%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 7 orang atau 7.69%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7.69% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20%. Total skor yang diperoleh sebesar 380. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen merasa lebih nyaman membeli produk yang disetujui oleh keluarga.

Tabel 4. 27
Tanggapan Responden Keluarga Saya Berperan Penting
Dalam Membentuk Preferensi Dan Sikap Saya Terhadap Produk

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	32	160	35.16%
Setuju	4	39	156	42.86%
Kurang Setuju	3	15	45	16.48%
Tidak Setuju	2	3	6	3.30%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2.20%
Jumlah		91	369	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Keluarga saya berperan penting dalam membentuk preferensi dan sikap saya terhadap produk, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 32 orang atau 35.16%, responden menjawab setuju sebanyak 39 orang atau 42.86%, responden menjawab kurang setuju sebanyak 15 orang atau 16.48%, responden menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3.30% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20%. Total skor yang diperoleh sebesar 369. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila keluarga berperan penting dalam membentuk preferensi dan sikap konsumen terhadap produk.

3. Peran dan Status

Tabel 4. 28
Tanggapan Responden Saya Memilih Produk
Di Toserba Pajajaran Ciamis
Yang Mencerminkan Kepribadian Dan Gaya Hidup Saya

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	37	185	40.66%
Setuju	4	35	140	38.46%
Kurang Setuju	3	10	30	10.99%
Tidak Setuju	2	6	12	6.59%
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	3.30%
Jumlah		91	370	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan pada pernyataan Saya memilih produk di Toserba Pajajaran Ciamis yang mencerminkan kepribadian dan gaya hidup saya, responden menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang atau 40.66%, responden menjawab setuju sebanyak 35 orang atau 38.46%, responden menjawab kurang setuju sebanyak 10 orang atau 10.99%, responden menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6.59%

dan responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3.30%. Total skor yang diperoleh sebesar 370. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen memilih produk di Toserba Pajajaran Ciamis yang mencerminkan kepribadian dan gaya hidup konsumen.

Tabel 4. 29
Tanggapan Responden Saya Memilih Produk
Yang Sesuai Dengan Citra Diri Saya

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	37	185	40.66%
Setuju	4	38	152	41.76%
Kurang Setuju	3	10	30	10.99%
Tidak Setuju	2	4	8	4.40%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2.20%
Jumlah		91	377	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya memilih produk yang sesuai dengan citra diri saya, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang atau 40.66%, responden menjawab setuju sebanyak 38 orang atau 41.76%, responden menjawab kurang setuju sebanyak 10 orang atau 10.99%, responden menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4.40% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20%. Total skor yang diperoleh sebesar 377. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen memilih produk yang sesuai dengan citra diri.

Tabel 4. 30
Tanggapan Responden Saya Ingin Membeli Produk
Yang Meningkatkan Status Sosial Saya

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	35	175	38.46%
Setuju	4	40	160	43.96%
Kurang Setuju	3	14	42	15.38%
Tidak Setuju	2	1	2	1.10%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1.10%
Jumlah		91	380	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya ingin membeli produk yang meningkatkan status sosial saya, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 35 orang atau 38.46%, responden menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 43.96%, responden menjawab kurang setuju sebanyak 14 orang atau 15.38%, responden menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10%. Total skor yang diperoleh sebesar 380. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen ingin membeli produk yang meningkatkan status sosial saya.

Tabel 4. 31
Tanggapan Responden Saya Membeli Produk Di Toserba Pajajaran Ciamis
Yang Sesuai Dengan Peran Saya Dalam Masyarakat

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	49	245	53.85%
Setuju	4	28	112	30.77%
Kurang Setuju	3	10	30	10.99%
Tidak Setuju	2	0	0	0.00%
Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4.40%
Jumlah		91	391	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Pada pernyataan Saya membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis yang sesuai dengan peran saya dalam masyarakat, responden menjawab sangat setuju sebanyak 49 orang atau 53.85%, responden menjawab setuju sebanyak 28 orang atau 30.77%, responden menjawab kurang setuju sebanyak 10 orang atau 10.99%, responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4.40%. Total skor yang diperoleh sebesar 391. Mengacu pada tabel 4.19 termasuk pada interval 382.3 – 445, yaitu sangat setuju. Artinya responden sangat setuju apabila konsumen membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis yang sesuai dengan peran konsumen dalam masyarakat.

Selanjutnya hasil rekapitulasi kuisioner pada variabel atmosfer toko dituangkan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4. 32
Rekapitulasi Kuisioner Variabel Faktor Sosial

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Faktor Sosial					
No	PERNYATAAN	Skor Total	Skor Perolehan	Rata-Rata	Interpretasi
Kelompok Referensi					
1	Saya cenderung membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis yang direkomendasikan teman	91x5 = 450	368	366.75	Setuju
2	Saya sering memberi rekomendasi produk di Toserba Pajajaran Ciamis kepada teman	91x5 = 450	382		
3	Saya sering bergabung dengan komunitas <i>online</i> untuk meminta pendapat tentang produk.	91x5 = 450	361		
4	Saya percaya pada ulasan dan rekomendasi dari orang lain saat memilih produk	91x5 = 450	356		
Keluarga					
5	Keluarga saya memiliki pengaruh besar dalam keputusan pembelian	91x5 = 450	354	365.25	Setuju
6	Saya sering meminta pendapat keluarga tentang produk sebelum membelinya	91x5 = 450	358		

7	Saya merasa lebih nyaman membeli produk yang disetujui oleh keluarga saya	$91 \times 5 = 450$	380		
8	Keluarga saya berperan penting dalam membentuk preferensi dan sikap saya terhadap produk	$91 \times 5 = 450$	369		
Peran dan Status					
9	Saya memilih produk di Toserba Pajajaran Ciamis yang mencerminkan kepribadian dan gaya hidup saya	$91 \times 5 = 450$	370	379.5	Setuju
10	Saya memilih produk yang sesuai dengan citra diri saya	$91 \times 5 = 450$	377		
11	Saya ingin membeli produk yang meningkatkan status sosial saya	$91 \times 5 = 450$	380		
12	Saya membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis yang sesuai dengan peran saya dalam masyarakat	$91 \times 5 = 450$	391		
Jumlah		5.460	4.448	1.111,5	Setuju
Rata-Rata		455	370.67	370.67	

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui jumlah total tanggapan responden terhadap faktor sosial pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis sebesar 4.448 dengan rata-rata 370,67. Untuk memberikan interpretasi terhadap nilai rata-rata tersebut, aka penulis menggunakan interval sebagai berikut:

Kelas Interval = 5

Skor tertinggi = $5 \times 12 \times 91 = 5.460$

Skor terendah = $1 \times 12 \times 91 = 1.092$

Perhitungan kelas Interval : $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$

$$\frac{5.460 - 1.092}{5} = 873,6$$

Selanjutnya interpretasi perhitungan skor pada variabel atmosfer toko dapat dilihat sebagaimana tabel berikut :

Tabel 4. 33
Pedoman Interpretasi

No	Interval	Interprestasi
1	1.092,0 – 1.965,6	Sangat Baik
2	1.965,7 – 2.839,2	Baik
3	2.839,3 – 3.712,8	Cukup Baik
4	3.712,9 – 4.586,4	Baik
5	4.586,5 – 5.460,0	Sangat Baik

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel faktor sosial berada pada kategori baik. Hal ini diperoleh dari skor 4.448 yang berada pada interval ke 4 (3.712,9 – 4.586,4) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor sosial berada pada kategori baik. Adapun jumlah skor tertinggi pada variabel faktor sosial sebesar 379.5 terletak pada indikator peran dan status. Sedangkan jumlah skor terendah sebesar 365.25 terletak pada indikator keluarga.

3.1.3.3. Deskripsi Hasil Penelitian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses yang dilalui oleh konsumen dalam memilih dan membeli produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Proses ini melibatkan beberapa tahap, seperti pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca-pembelian. Dalam membuat keputusan pembelian, konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebutuhan, preferensi, pengalaman, dan lingkungan sekitar. Pemahaman tentang keputusan pembelian sangat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan

meningkatkan penjualan. Dengan memahami proses keputusan pembelian, perusahaan dapat mengidentif.

Untuk mengetahui bagaimana variabel keputusan pembelian pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis, maka penulis melakukan pengumpulan data melalui kuesioner dengan hasil di bawah ini. Namun sebelumnya penulis menyajikan tabel interpretasi jawaban responden, tabel ini digunakan untuk hasil perhitungan skor pernyataan kuesioner.

$$\begin{aligned}\text{Kelas Interval} &= 5 \\ \text{Skor tertinggi} &= 5 \times 91 = 455 \\ \text{Skor terendah} &= 1 \times 91 = 91\end{aligned}$$

Perhitungan kelas Interval :

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

$$\frac{455 - 91}{5} = 72.8$$

Berikut ini adalah tabel interpretasi perhitungan skor untuk variabel keputusan pembelian:

Tabel 4. 34
Pedoman Interpretasi Variabel Keputusan Pembelian

No	Interval	Interprestasi
1	91 – 163.8	Sangat Tidak Setuju
2	163.9 – 236.6	Setuju
3	236.7 – 309.4	Kurang Setuju
4	309.5 – 382.2	Setuju
5	382.3 – 445	Sangat Setuju

Sumber data: Data diolah peneliti (2025)

Kemudian, hasil statistik deskriptif untuk variabel keputusan pembelian ialah sebagai berikut:

1. Pilihan Produk

Tabel 4. 35
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis Menyediakan
Pilihan Produk Yang Beraneka Ragam Dan Memiliki Kualitas Baik

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	34	170	37.36%
Setuju	4	30	120	32.97%
Kurang Setuju	3	23	69	25.27%
Tidak Setuju	2	4	8	4.40%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0.00%
Jumlah		91	367	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis menyediakan pilihan produk yang beraneka ragam dan memiliki kualitas baik, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 orang atau 37.36%, responden yang menjawab setuju sebanyak 30 orang atau 32.97%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 23 orang atau 25.27% dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4.40%. Total skor yang diperoleh sebesar 367. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila Toserba Pajajaran Ciamis menyediakan pilihan produk yang beraneka ragam dan memiliki kualitas baik.

Tabel 4. 36
Tanggapan Responden Saya Mempertimbangkan Kualitas Produk
Sebelum Membelinya

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	41	205	45.05%
Setuju	4	38	152	41.76%
Kurang Setuju	3	6	18	6.59%
Tidak Setuju	2	2	4	2.20%
Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4.40%
Jumlah		91	383	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya mempertimbangkan kualitas produk sebelum membelinya, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang atau 45.05%, responden yang menjawab setuju sebanyak 38 orang atau 41.76%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 6 orang atau 6.59%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang atau 4.40%. Total skor yang diperoleh sebesar 383. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 382.3 – 445, yaitu sangat setuju. Artinya responden sangat setuju apabila konsumen mempertimbangkan kualitas produk sebelum membelinya.

2. Pilihan Merek

Tabel 4. 37
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis
Menyediakan Produk Dari Berbagai Merek Terkenal Dan Kekinian

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	29	145	31.87%
Setuju	4	51	204	56.04%
Kurang Setuju	3	8	24	8.79%
Tidak Setuju	2	2	4	2.20%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1.10%
Jumlah		91	378	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis menyediakan produk dari berbagai merek terkenal dan kekinian, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang atau 31.87%, responden yang menjawab setuju sebanyak 51 orang atau 56.04%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 8 orang atau 8.79%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10%. Total skor yang diperoleh sebesar 378. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya

responden setuju apabila Toserba Pajajaran Ciamis menyediakan produk dari berbagai merek terkenal dan kekinian.

Tabel 4. 38
Tanggapan Responden Saya Memilih Merek Yang Sesuai
Dengan Nilai-Nilai Dan Gaya Hidup Saya

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	41	205	45.05%
Setuju	4	22	88	24.18%
Kurang Setuju	3	21	63	23.08%
Tidak Setuju	2	6	12	6.59%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1.10%
Jumlah		91	369	100.00%

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya memilih merek yang sesuai dengan nilai-nilai dan gaya hidup saya, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 41 orang atau 45.05%, responden yang menjawab setuju sebanyak 22 orang atau 24.18%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 21 orang atau 23.08%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6.59% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10%. Total skor yang diperoleh sebesar 369. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen memilih merek yang sesuai dengan nilai-nilai dan gaya hidup.

3. Pilihan Penyalur

Tabel 4. 39
Tanggapan Responden Toserba Pajajaran Ciamis
Menggunakan Sistem Penyaluran Yang Berorientasi
Pada Layanan Pelanggan

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	25	125	27.47%
Setuju	4	40	160	43.96%
Kurang Setuju	3	17	51	18.68%
Tidak Setuju	2	8	16	8.79%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1.10%
Jumlah		91	353	100.00%

Berdasarkan tabel pada pernyataan Toserba Pajajaran Ciamis menggunakan sistem penyaluran yang berorientasi pada layanan pelanggan, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 25 orang atau 27.47%, responden yang menjawab setuju sebanyak 40 orang atau 43.96%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 17 orang atau 18.68%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang atau 8.79% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10%. Total skor yang diperoleh sebesar 353. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila Toserba Pajajaran Ciamis menggunakan sistem penyaluran yang berorientasi pada layanan pelanggan.

Tabel 4. 40
Tanggapan Responden Saya Memilih Toserba Pajajaran Ciamis
Karena Memiliki Produk Yang Lengkap Dan Variatif

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	42	210	46.15%
Setuju	4	30	120	32.97%
Kurang Setuju	3	12	36	13.19%
Tidak Setuju	2	6	12	6.59%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1.10%
Jumlah		91	379	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya memilih Toserba Pajajaran Ciamis karena memiliki produk yang lengkap dan variatif, responden menjawab sangat setuju sebanyak 42 orang atau 46.15%, responden menjawab setuju sebanyak 30 orang atau 32.97%, responden menjawab kurang setuju sebanyak 12 orang atau 13.19%, responden menjawab tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6.59% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10%.

Total skor yang diperoleh sebesar 379. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen memilih Toserba Pajajaran Ciamis karena memiliki produk yang lengkap dan variatif.

4. Waktu Pembelian

Tabel 4. 41
Tanggapan Responden Saya Biasanya Membeli Produk Di Toserba Pajajaran Ciamis Pada Saat Ada Diskon Atau Promo

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	27	135	29.67%
Setuju	4	27	108	29.67%
Kurang Setuju	3	26	78	28.57%
Tidak Setuju	2	10	20	10.99%
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1.10%
Jumlah		91	342	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya biasanya membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis pada saat ada diskon atau promo, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 orang atau 29.67%, responden yang menjawab setuju sebanyak 27 orang atau 29.67%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 26 orang atau 28.57%, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 orang atau 10.59% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10%. Total skor yang diperoleh sebesar 342. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen biasanya membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis pada saat ada diskon atau promo.

Tabel 4. 42
Tanggapan Responden Saya Memilih Waktu Pembelian
Di Toserba Pajajaran Ciamis Yang Memungkinkan Saya
Untuk Membandingkan Harga Dan Produk

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	36	180	39.56%
Setuju	4	38	152	41.76%
Kurang Setuju	3	12	36	13.19%
Tidak Setuju	2	5	10	5.49%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0.00%
Jumlah		91	378	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pernyataan Saya memilih waktu pembelian di Toserba Pajajaran Ciamis yang memungkinkan saya untuk membandingkan harga dan produk, responden menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang atau 39.56%, responden menjawab setuju sebanyak 38 orang atau 41.76%, responden menjawab kurang setuju sebanyak 12 orang atau 13.19%, responden menjawab tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5.49%. Total skor yang diperoleh sebesar 378. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen memilih waktu pembelian di Toserba Pajajaran Ciamis yang memungkinkan saya untuk membandingkan harga dan produk.

5. Jumlah Pembelian

Tabel 4. 43
Tanggapan Responden Saya Membeli Produk
Di Toserba Pajajaran Ciamis
Dalam Jumlah Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Saya

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	37	185	40.66%
Setuju	4	37	148	40.66%
Kurang Setuju	3	13	39	14.29%
Tidak Setuju	2	2	4	2.20%
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	2.20%
Jumlah		91	378	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pernyataan Saya membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan saya, responden menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang atau 40.66%, responden menjawab setuju sebanyak 37 orang atau 40.66%, responden menjawab kurang setuju sebanyak 13 orang atau 14.29%, responden menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20% responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2.20%. Total skor diperoleh sebesar 378. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan.

Tabel 4. 44
Tanggapan Responden Saya Mempertimbangkan Diskon Atau Promo
Yang Berlaku Untuk Jumlah Pembelian Tertentu

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	38	190	41.76%
Setuju	4	34	136	37.36%
Kurang Setuju	3	18	54	19.78%
Tidak Setuju	2	1	2	1.10%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0.00%
Jumlah		91	382	100.00%

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya mempertimbangkan diskon atau promo yang berlaku untuk jumlah pembelian tertentu, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 38 orang atau 41.76%, responden yang menjawab setuju sebanyak 34 orang atau 37.36%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 18 orang atau 19.78%, dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1.10%. Total skor yang diperoleh sebesar 382. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen mempertimbangkan diskon atau promo yang berlaku untuk jumlah pembelian tertentu.

6. Metode Pembayaran

Tabel 4. 45
Tanggapan Responden Saya Memutuskan
Untuk Berbelanja di Toserba Pajajaran Ciamis
Karena Metode Pembayaran Yang Mudah

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	37	185	40.66%
Setuju	4	43	172	47.25%
Kurang Setuju	3	6	18	6.59%
Tidak Setuju	2	0	0	0.00%
Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.49%
Jumlah		91	380	100.00%

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya memutuskan untuk berbelanja Toserba Pajajaran Ciamis karena metode pembayaran yang mudah, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang atau 40.66%, responden yang menjawab setuju sebanyak 43 orang atau 47.25%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 6 orang atau 6.59%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5.49%. Total skor yang diperoleh sebesar 380. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 309.5 – 382.2, yaitu setuju. Artinya responden setuju apabila konsumen memutuskan untuk berbelanja Toserba Pajajaran Ciamis karena metode pembayaran yang mudah.

Tabel 4. 46
Tanggapan Responden Saya Mempertimbangkan Biaya Tambahan
Yang Terkait Dengan Metode Pembayaran Ketika Berbelanja
Di Toserba Pajajaran Ciamis

Kriteria	Bobot	Frekuensi	Skor	Presentase
Sangat Setuju	5	36	180	39.56%
Setuju	4	42	168	46.15%
Kurang Setuju	3	10	30	10.99%
Tidak Setuju	2	3	6	3.30%
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0.00%
Jumlah		91	384	100.00%

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel pada pernyataan Saya mempertimbangkan biaya tambahan yang terkait dengan metode pembayaran ketika berbelanja di Toserba Pajajaran Ciamis, responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 36 orang atau 39.56%, responden yang menjawab setuju sebanyak 42 orang atau 46.15%, responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 10 orang atau 10.99%, dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3.30%. Total skor yang diperoleh sebesar 384. Mengacu pada tabel 4.34 termasuk pada interval 382.3 – 445, yaitu sangat setuju. Artinya responden sangat setuju apabila konsumen mempertimbangkan biaya tambahan yang terkait dengan metode pembayaran ketika berbelanja di Toserba Pajajaran Ciamis.

Tabel 4. 47
Rekapitulasi Kuisioner Variabel Keputusan Pembelian

Rekapitulasi Kuesioner Variabel Kepuasan Pembelian					
No	PERNYATAAN	Skor Total	Skor Perolehan	Rata-Rata	Interpretasi
Pilihan Produk					
1	Toserba Pajajaran Ciamis menyediakan pilihan produk yang beraneka ragam dan memiliki kualitas baik	91x5 = 450	367	375	Setuju
2	Saya mempertimbangkan kualitas produk sebelum membelinya	91x5 = 450	383		
Pilihan Merek					
3	Toserba Pajajaran Ciamis menyediakan produk dari berbagai merek terkenal dan kekinian	91x5 = 450	378	373.5	Setuju
4	Saya memilih merek yang sesuai dengan nilai dan gaya hidup saya	91x5 = 450	369		
Pilihan Penyalur					
5	Toserba Pajajaran Ciamis menggunakan sistem penyaluran yang berorientasi pada layanan pelanggan	91x5 = 450	353	366	Setuju
6	Saya memilih Toserba Pajajaran Ciamis karena memiliki produk yang lengkap dan variatif	91x5 = 450	379		

Waktu Pembelian					
7	Saya biasanya membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis pada saat ada diskon atau promo	91x5 = 450	342	360	Setuju
8	Saya memilih waktu pembelian di Toserba Pajajaran Ciamis yang memungkinkan saya untuk membandingkan harga dan produk	91x5 = 450	378		
Jumlah Pembelian					
9	Saya membeli produk di Toserba Pajajaran Ciamis dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan saya	91x5 = 450	378	380	Setuju
10	Saya mempertimbangkan diskon atau promo yang berlaku untuk jumlah pembelian tertentu	91x5 = 450	382		
Metode Pembayaran					
11	Saya memutuskan untuk berbelanja Toserba Pajajaran Ciamis karena metode pembayaran yang mudah	91x5 = 450	380	382	Setuju
12	Saya mempertimbangkan biaya tambahan yang terkait dengan metode pembayaran ketika berbelanja di Toserba Pajajaran Ciamis	91x5 = 450	384		
Jumlah		5.460	4.473	2.238,5	Setuju
Rata-Rata		455	372.75	372.75	

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui jumlah total tanggapan responden terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Toserba Pajajaran Ciamis sebesar 4.473 dengan rata-rata 372.75. Untuk memberikan interpretasi terhadap nilai rata-rata tersebut, aka penulis menggunakan interval sebagai berikut:

$$\text{Kelas Interval} = 5$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 12 \times 91 = 5.460$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 12 \times 91 = 1.092$$

Perhitungan kelas Interval : $\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$

$$\frac{5.460 - 1.092}{5} = 873,6$$

Berikut ini adalah tabel interpretasi perhitungan skor :

Tabel 4. 48
Pedoman Interpretasi

No	Interval	Interprestasi
1	1.092,0 – 1.965,6	Sangat Baik
2	1.965,7 – 2.839,2	Baik
3	2.839,3 – 3.712,8	Cukup Baik
4	3.712,9 – 4.586,4	Baik
5	4.586,5 – 5.460,0	Sangat Baik

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian pada berada pada kategori baik. Hal ini diperoleh dari skor 4.473 yang berada pada interval ke 4 (3.712,9 – 4.586,4) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian berada pada kategori baik. Adapun jumlah skor tertinggi pada variabel keputusan pembelian sebesar 382 terletak pada indikator metode pembayaran. Sedangkan jumlah skor terendah sebesar 360 terletak pada indikator waktu pembelian.

3.1.4. Pembuktian Hipotesis

3.1.4.1. Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian. Analisis ini digunakan untuk memprediksikan berubahnya Bobot variabel tertentu apabila variabel lain berubah. Untuk

mengetahui adanya pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian, maka penulis menggunakan rumus koefisien regresi sebagai berikut :

Tabel 4. 49
Bobot-Bobot untuk Perhitungan Korelasi X1 Terhadap Y

No	X _i '	Y	XY	X ²	Y ²
1	41	51	2091	1681	2601
2	45	51	2295	2025	2601
3	43	45	1935	1849	2025
4	36	39	1404	1296	1521
5	42	51	2142	1764	2601
6	49	47	2303	2401	2209
7	42	51	2142	1764	2601
8	31	33	1023	961	1089
9	45	53	2385	2025	2809
10	45	48	2160	2025	2304
11	42	46	1932	1764	2116
12	51	55	2805	2601	3025
13	43	52	2236	1849	2704
14	38	29	1102	1444	841
15	47	51	2397	2209	2601
16	49	54	2646	2401	2916
17	44	54	2376	1936	2916
18	47	55	2585	2209	3025
19	49	55	2695	2401	3025
20	46	55	2530	2116	3025
21	52	54	2808	2704	2916
22	44	53	2332	1936	2809
23	51	52	2652	2601	2704
24	48	54	2592	2304	2916
25	55	51	2805	3025	2601
26	47	54	2538	2209	2916
27	45	49	2205	2025	2401
28	42	50	2100	1764	2500
29	46	51	2346	2116	2601
30	44	53	2332	1936	2809
31	44	51	2244	1936	2601
32	43	53	2279	1849	2809
33	48	55	2640	2304	3025
34	44	51	2244	1936	2601

No	X _i	Y	XY	X ²	Y ²
35	38	54	2052	1444	2916
36	41	51	2091	1681	2601
37	49	53	2597	2401	2809
38	53	50	2650	2809	2500
39	54	53	2862	2916	2809
40	46	51	2346	2116	2601
41	50	48	2400	2500	2304
42	53	52	2756	2809	2704
43	50	54	2700	2500	2916
44	52	52	2704	2704	2704
45	46	46	2116	2116	2116
46	48	52	2496	2304	2704
47	48	48	2304	2304	2304
48	47	44	2068	2209	1936
49	44	48	2112	1936	2304
50	51	51	2601	2601	2601
51	50	51	2550	2500	2601
52	52	50	2600	2704	2500
53	50	45	2250	2500	2025
54	50	43	2150	2500	1849
55	48	43	2064	2304	1849
56	52	48	2496	2704	2304
57	25	39	975	625	1521
58	26	39	1014	676	1521
59	28	32	896	784	1024
60	51	51	2601	2601	2601
61	47	50	2350	2209	2500
62	51	46	2346	2601	2116
63	51	51	2601	2601	2601
64	52	54	2808	2704	2916
65	46	46	2116	2116	2116
66	48	51	2448	2304	2601
67	51	49	2499	2601	2401
68	42	45	1890	1764	2025
69	42	47	1974	1764	2209
70	51	51	2601	2601	2601
71	51	51	2601	2601	2601
72	50	51	2550	2500	2601
73	46	51	2346	2116	2601
74	52	50	2600	2704	2500

No	X _i	Y	XY	X ²	Y ²
75	50	50	2500	2500	2500
76	47	48	2256	2209	2304
77	28	39	1092	784	1521
78	39	38	1482	1521	1444
79	37	35	1295	1369	1225
80	49	53	2597	2401	2809
81	45	44	1980	2025	1936
82	41	46	1886	1681	2116
83	47	55	2585	2209	3025
84	51	52	2652	2601	2704
85	48	52	2496	2304	2704
86	51	54	2754	2601	2916
87	52	51	2652	2704	2601
88	50	54	2700	2500	2916
89	49	51	2499	2401	2601
90	52	52	2704	2704	2704
91	51	52	2652	2601	2704
JML	4,197	4,473	208,264	196,915	222,507

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

1. Analisis Koefisien Korelasi

Perhitungan nilai koefisien korelasi digunakan untuk mengukur atau menilai kuat lemah nya hubungan antara atmosfer toko dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi yang baik yaitu apabila hubungan antara atmosfer toko dengan keputusan pembelian memiliki nilai r mendekati 1. Untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel atmosfer toko terhadap keputusan pembelian dapat digunakan analisis koefisien korelasi dengan menggunakan rumus berikut :

$$r_{x1.y} = \frac{n \sum X_1 Y - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Keterangan:

$r_{x1,y}$ = Koefisien Korelasi

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

n = Jumlah sampel

Selanjutnya nilai koefisien korelasi ($r_{x1,y}$) atmosfer toko terhadap keputusan pembelian sebagai berikut:

$$r_{x1,y} = \frac{n \sum X_1 Y - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

$$r_{x1,y} = \frac{91 (208.264) - ((4.197)(4.473))}{\sqrt{\{(91)(196.915) - (4.197)^2\} \{(91)(222.507) - (4.473)^2\}}}$$

$$r_{x1,y} = \frac{18.952.024 - 18.773.181}{\sqrt{(17.919.265 - 17.614.809)(20.248.173 - 20.007.729)}}$$

$$r_{x1,y} = \frac{178.843}{\sqrt{(304.456)(240.408)}}$$

$$r_{x1,y} = \frac{178.843}{\sqrt{(73.193.658.048)}}$$

$$r_{x1,y} = \frac{178.843}{270.543,2647}$$

$$r_{x1,y} = 0,661$$

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi antara variabel atmosfer toko dengan keputusan pembelian di dapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,661. Nilai ini berada dalam kategori yang kuat karena berada pada rentang nilai 0.60-0.799 (Sugiyono 2018:274). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara atmosfer

toko dengan keputusan pembelian adalah hubungan yang kuat. Nilai koefisien korelasi antara atmosfer toko dengan keputusan pembelian bernilai positif yang berarti semakin baik atmosfer toko, maka keputusan pembelian juga akan semakin baik dan meningkat.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel antara atmosfer toko terhadap keputusan pembelian. Untuk mengetahui besarnya prosentase pengaruh antara atmosfer toko sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen, digunakan formulasi sebagai berikut:

$$KD=(r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien korelasi

Selanjutnya nilai koefisien determinasi (KD) atmosfer toko terhadap keputusan pembelian dihitung sebagai berikut:

$$KD=(r)^2 \times 100\%$$

$$KD=(0,661)^2 \times 100\%$$

$$KD=0,437 \times 100\%$$

$$KD=43.7\%$$

Berdasarkan hasil diatas nilai koefisien determinasi antara variabel atmosfer toko dengan keputusan pembelian adalah 43,7%. Artinya besarnya keputusan pembelian dipengaruhi sebesar 43.7% oleh atmosfer toko. Sedangkan

sisanya yaitu 52.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Perhitungan Uji-t

Uji statistik t digunakan untuk menguji apakah pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan secara parsial. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh atmosfer toko sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Untuk mencari nilai t hitung maka pengujian tingkat signifikannya adalah menggunakan formulasi sebagai berikut:

$$t=r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = ***t_{hitung}***

r = nilai korelasi

n = jumlah sampel

r²= Koefisien determinasi

Selanjutnya nilai thitung dalam uji hipotesis atmosfer toko terhadap keputusan pembelian dihitung sebagai berikut:

$$t=r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

$$t=(0,661) \sqrt{\frac{91-2}{1-(0,661)^2}}$$

$$t=(0,661) \sqrt{\frac{89}{1-(0,437)^2}}$$

$$t = (0,661) \sqrt{\frac{89}{0,563}}$$

$$t = (0,661) \sqrt{158,059}$$

$$t = (0,661)(12,572)$$

$$t = 8,311$$

Hasil perhitungan diatas dengan nilai α (alpha) 0.05 atau taraf nyata 95% diperoleh nilai $t_{hitung} = 8.311$ sedangkan bobot $t_{tabel} = 1,986$ yang di peroleh pada tabel distribusi t pada taraf nyata 5% dengan total 91 sampel (n) dan 2 peubah dependen (k). Karena nilai $t_{hitung} = 8.311 > t_{tabel} = 1,986$, maka Hipotesis yang berbunyi atmosfer toko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini diterima. Maka hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian. Pengaruh ini bernilai positif yang mencerminkan apabila atmosfer toko baik, maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

3.1.4.2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Analisis ini digunakan untuk memprediksikan berubahnya Bobot variabel tertentu apabila variabel lain berubah. Untuk mengetahui adanya pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian, maka penulis menggunakan rumus koefisien regresi sebagai berikut :

Tabel 4. 50
Bobot-Bobot untuk Perhitungan Korelasi X2 Terhadap Y

No	X ₂ '	Y	XY	X ₂ ²	Y ²
1	52	51	2652	2704	2601
2	46	51	2346	2116	2601
3	48	45	2160	2304	2025
4	44	39	1716	1936	1521
5	46	51	2346	2116	2601
6	50	47	2350	2500	2209
7	48	51	2448	2304	2601
8	43	33	1419	1849	1089
9	50	53	2650	2500	2809
10	48	48	2304	2304	2304
11	49	46	2254	2401	2116
12	51	55	2805	2601	3025
13	48	52	2496	2304	2704
14	42	29	1218	1764	841
15	49	51	2499	2401	2601
16	53	54	2862	2809	2916
17	51	54	2754	2601	2916
18	51	55	2805	2601	3025
19	51	55	2805	2601	3025
20	53	55	2915	2809	3025
21	51	54	2754	2601	2916
22	53	53	2809	2809	2809
23	48	52	2496	2304	2704
24	48	54	2592	2304	2916
25	53	51	2703	2809	2601
26	51	54	2754	2601	2916
27	49	49	2401	2401	2401
28	47	50	2350	2209	2500
29	52	51	2652	2704	2601
30	47	53	2491	2209	2809
31	51	51	2601	2601	2601
32	46	53	2438	2116	2809
33	50	55	2750	2500	3025
34	51	51	2601	2601	2601
35	52	54	2808	2704	2916
36	50	51	2550	2500	2601
37	50	53	2650	2500	2809
38	43	50	2150	1849	2500

No	X ₂ '	Y	XY	X ₂ ²	Y ²
39	51	53	2703	2601	2809
40	46	51	2346	2116	2601
41	49	48	2352	2401	2304
42	48	52	2496	2304	2704
43	47	54	2538	2209	2916
44	42	52	2184	1764	2704
45	35	46	1610	1225	2116
46	40	52	2080	1600	2704
47	53	48	2544	2809	2304
48	54	44	2376	2916	1936
49	53	48	2544	2809	2304
50	50	51	2550	2500	2601
51	51	51	2601	2601	2601
52	51	50	2550	2601	2500
53	50	45	2250	2500	2025
54	53	43	2279	2809	1849
55	49	43	2107	2401	1849
56	49	48	2352	2401	2304
57	39	39	1521	1521	1521
58	39	39	1521	1521	1521
59	35	32	1120	1225	1024
60	52	51	2652	2704	2601
61	50	50	2500	2500	2500
62	52	46	2392	2704	2116
63	50	51	2550	2500	2601
64	54	54	2916	2916	2916
65	48	46	2208	2304	2116
66	48	51	2448	2304	2601
67	48	49	2352	2304	2401
68	47	45	2115	2209	2025
69	44	47	2068	1936	2209
70	51	51	2601	2601	2601
71	51	51	2601	2601	2601
72	51	51	2601	2601	2601
73	48	51	2448	2304	2601
74	52	50	2600	2704	2500
75	48	50	2400	2304	2500
76	50	48	2400	2500	2304
77	40	39	1560	1600	1521
78	37	38	1406	1369	1444

No	X ₂ '	Y	XY	X ₂ ²	Y ²
79	41	35	1435	1681	1225
80	54	53	2862	2916	2809
81	52	44	2288	2704	1936
82	50	46	2300	2500	2116
83	53	55	2915	2809	3025
84	53	52	2756	2809	2704
85	56	52	2912	3136	2704
86	53	54	2862	2809	2916
87	54	51	2754	2916	2601
88	53	54	2862	2809	2916
89	51	51	2601	2601	2601
90	50	52	2600	2500	2704
91	56	52	2912	3136	2704
JML	4,446	4,473	219,855	218,972	222,507

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

1. Analisis Koefisien Korelasi

Perhitungan nilai koefisien korelasi digunakan untuk mengukur atau menilai kuat lemah nya hubungan antara faktor sosial dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi yang baik yaitu apabila hubungan antara faktor sosial dengan keputusan pembelian memiliki nilai r mendekati 1. Untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel faktor sosial terhadap keputusan pembelian dapat digunakan analisis koefisien korelasi dengan menggunakan rumus berikut :

$$r_{x1,y} = \frac{n \sum X_1 Y - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Keterangan:

$r_{x1,y}$ = Koefisien Korelasi

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

n = Jumlah sampel

Selanjutnya nilai koefisien korelasi ($r_{x1,y}$) faktor sosial terhadap keputusan pembelian sebagai berikut:

$$r_{x1,y} = \frac{n \sum X_2 Y - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

$$r_{x1,y} = \frac{91 (219.855) - ((4.446)(4.473))}{\sqrt{\{((91)(218.972) - (4.446)^2) ((91)(222.507) - (4.473)^2)\}}}$$

$$r_{x1,y} = \frac{20.006.805 - 19.886.958}{\sqrt{(19.926.452 - 19.766.916)(20.248.173 - 20.007.729)}}$$

$$r_{x1,y} = \frac{119.847}{\sqrt{(159.536)(240.408)}}$$

$$r_{x1,y} = \frac{119.847}{\sqrt{(38.353.730.688)}}$$

$$r_{x1,y} = \frac{119.847}{195.841,0853}$$

$$r_{x1,y} = 0,612$$

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi antara variabel faktor sosial dengan keputusan pembelian di dapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,612. Nilai ini berada dalam kategori yang kuat karena berada pada rentang nilai 0.60-0.799 (Sugiyono 2018:274). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara faktor sosial dengan keputusan pembelian adalah hubungan yang kuat. Nilai koefisien korelasi antara faktor sosial dengan keputusan pembelian bernilai positif yang berarti semakin baik faktor sosial, maka keputusan pembelian juga akan semakin baik dan meningkat.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel antara faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Untuk mengetahui besarnya prosentase pengaruh antara faktor sosial sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen, digunakan formulasi sebagai berikut:

$$KD=(r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien korelasi

Selanjutnya nilai koefisien determinasi (KD) faktor sosial terhadap keputusan pembelian dihitung sebagai berikut:

$$KD=(r)^2 \times 100\%$$

$$KD=(0,612)^2 \times 100\%$$

$$KD=0,374 \times 100\%$$

$$KD=34.4\%$$

Berdasarkan hasil diatas nilai koefisien determinasi antara variabel faktor sosial dengan keputusan pembelian adalah 34.3%. Artinya besarnya keputusan pembelian dipengaruhi sebesar 34.4% oleh faktor sosial. Sedangkan sisanya yaitu 62.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Perhitungan Uji-t

Uji statistik t digunakan untuk menguji apakah pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan secara parsial. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor sosial sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Untuk mencari nilai t hitung maka pengujian tingkat signifikannya adalah menggunakan formulasi sebagai berikut:

$$t=r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = ***t_{hitung}***

r = nilai korelasi

n = jumlah sampel

r²= Koefisien determinasi

Selanjutnya nilai thitung dalam uji hipotesis faktor sosial terhadap keputusan pembelian dihitung sebagai berikut:

$$t=r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$$

$$t=(0,612) \sqrt{\frac{91-2}{1-(0,612)^2}}$$

$$t=(0,612) \sqrt{\frac{89}{1-(0,374)^2}}$$

$$t=(0,612) \sqrt{\frac{89}{0,626}}$$

$$t=(0,612) \sqrt{142,296}$$

$$t = (0,612)(11,928)$$

$$t = 7,300$$

Hasil perhitungan diatas dengan nilai α (alpha) 0.05 atau taraf nyata 95% diperoleh nilai $t_{hitung} = 7,300$ sedangkan bobot $t_{tabel} = 1,986$ yang di peroleh pada tabel distribusi t pada taraf nyata 5% dengan total 91 sampel (n) dan 2 peubah dependen (k). Karena nilai $t_{hitung} = 7,300 > t_{tabel} = 1,986$, maka Hipotesis yang berbunyi faktor sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini diterima. Maka hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Pengaruh ini bernilai positif yang mencerminkan apabila faktor sosial baik, maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

3.1.4.3. Pengaruh Atmosfer Toko dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian

Untuk mengetahui pengaruh online customer review dan online customer rating terhadap keputusan pembelian, selanjutnya penulis sajikan data berikut:

Tabel 4. 51
Bobot-Bobot untuk Perhitungan Korelas X1 dani X2 Terhadap Y

No	X ₁	X ₂	Y	X ₁ X ₂	X ₁ Y	X ₂ Y	X ₁ ²	X ₂ ²	Y ²
1	41	52	51	2132	2091	2652	1681	2704	2601
2	45	46	51	2070	2295	2346	2025	2116	2601
3	43	48	45	2064	1935	2160	1849	2304	2025
4	36	44	39	1584	1404	1716	1296	1936	1521
5	42	46	51	1932	2142	2346	1764	2116	2601
6	49	50	47	2450	2303	2350	2401	2500	2209
7	42	48	51	2016	2142	2448	1764	2304	2601
8	31	43	33	1333	1023	1419	961	1849	1089

9	45	50	53	2250	2385	2650	2025	2500	2809
10	45	48	48	2160	2160	2304	2025	2304	2304
11	42	49	46	2058	1932	2254	1764	2401	2116
12	51	51	55	2601	2805	2805	2601	2601	3025
13	43	48	52	2064	2236	2496	1849	2304	2704
14	38	42	29	1596	1102	1218	1444	1764	841
15	47	49	51	2303	2397	2499	2209	2401	2601
16	49	53	54	2597	2646	2862	2401	2809	2916
17	44	51	54	2244	2376	2754	1936	2601	2916
18	47	51	55	2397	2585	2805	2209	2601	3025
19	49	51	55	2499	2695	2805	2401	2601	3025
20	46	53	55	2438	2530	2915	2116	2809	3025
21	52	51	54	2652	2808	2754	2704	2601	2916
22	44	53	53	2332	2332	2809	1936	2809	2809
23	51	48	52	2448	2652	2496	2601	2304	2704
24	48	48	54	2304	2592	2592	2304	2304	2916
25	55	53	51	2915	2805	2703	3025	2809	2601
26	47	51	54	2397	2538	2754	2209	2601	2916
27	45	49	49	2205	2205	2401	2025	2401	2401
28	42	47	50	1974	2100	2350	1764	2209	2500
29	46	52	51	2392	2346	2652	2116	2704	2601
30	44	47	53	2068	2332	2491	1936	2209	2809
31	44	51	51	2244	2244	2601	1936	2601	2601
32	43	46	53	1978	2279	2438	1849	2116	2809
33	48	50	55	2400	2640	2750	2304	2500	3025
34	44	51	51	2244	2244	2601	1936	2601	2601
35	38	52	54	1976	2052	2808	1444	2704	2916
36	41	50	51	2050	2091	2550	1681	2500	2601
37	49	50	53	2450	2597	2650	2401	2500	2809
38	53	43	50	2279	2650	2150	2809	1849	2500
39	54	51	53	2754	2862	2703	2916	2601	2809
40	46	46	51	2116	2346	2346	2116	2116	2601
41	50	49	48	2450	2400	2352	2500	2401	2304
42	53	48	52	2544	2756	2496	2809	2304	2704
43	50	47	54	2350	2700	2538	2500	2209	2916
44	52	42	52	2184	2704	2184	2704	1764	2704
45	46	35	46	1610	2116	1610	2116	1225	2116

46	48	40	52	1920	2496	2080	2304	1600	2704
47	48	53	48	2544	2304	2544	2304	2809	2304
48	47	54	44	2538	2068	2376	2209	2916	1936
49	44	53	48	2332	2112	2544	1936	2809	2304
50	51	50	51	2550	2601	2550	2601	2500	2601
51	50	51	51	2550	2550	2601	2500	2601	2601
52	52	51	50	2652	2600	2550	2704	2601	2500
53	50	50	45	2500	2250	2250	2500	2500	2025
54	50	53	43	2650	2150	2279	2500	2809	1849
55	48	49	43	2352	2064	2107	2304	2401	1849
56	52	49	48	2548	2496	2352	2704	2401	2304
57	25	39	39	975	975	1521	625	1521	1521
58	26	39	39	1014	1014	1521	676	1521	1521
59	28	35	32	980	896	1120	784	1225	1024
60	51	52	51	2652	2601	2652	2601	2704	2601
61	47	50	50	2350	2350	2500	2209	2500	2500
62	51	52	46	2652	2346	2392	2601	2704	2116
63	51	50	51	2550	2601	2550	2601	2500	2601
64	52	54	54	2808	2808	2916	2704	2916	2916
65	46	48	46	2208	2116	2208	2116	2304	2116
66	48	48	51	2304	2448	2448	2304	2304	2601
67	51	48	49	2448	2499	2352	2601	2304	2401
68	42	47	45	1974	1890	2115	1764	2209	2025
69	42	44	47	1848	1974	2068	1764	1936	2209
70	51	51	51	2601	2601	2601	2601	2601	2601
71	51	51	51	2601	2601	2601	2601	2601	2601
72	50	51	51	2550	2550	2601	2500	2601	2601
73	46	48	51	2208	2346	2448	2116	2304	2601
74	52	52	50	2704	2600	2600	2704	2704	2500
75	50	48	50	2400	2500	2400	2500	2304	2500
76	47	50	48	2350	2256	2400	2209	2500	2304
77	28	40	39	1120	1092	1560	784	1600	1521
78	39	37	38	1443	1482	1406	1521	1369	1444
79	37	41	35	1517	1295	1435	1369	1681	1225
80	49	54	53	2646	2597	2862	2401	2916	2809
81	45	52	44	2340	1980	2288	2025	2704	1936
82	41	50	46	2050	1886	2300	1681	2500	2116

83	47	53	55	2491	2585	2915	2209	2809	3025
84	51	53	52	2703	2652	2756	2601	2809	2704
85	48	56	52	2688	2496	2912	2304	3136	2704
86	51	53	54	2703	2754	2862	2601	2809	2916
87	52	54	51	2808	2652	2754	2704	2916	2601
88	50	53	54	2650	2700	2862	2500	2809	2916
89	49	51	51	2499	2499	2601	2401	2601	2601
90	52	50	52	2600	2704	2600	2704	2500	2704
91	51	56	52	2856	2652	2912	2601	3136	2704
JML	4,197	4,446	4,473	206,531	208,264	219,855	196,915	218,972	222,507

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

1. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Analisis korelasi yang digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antara atmosfer toko dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian adalah dengan menggunakan analisis korelasi berganda. Untuk melakukan analisis korelasi berganda, digunakan hasil analisis korelasi antar variabel sebagai berikut:

Tabel 4. 52
Rekapitulasi Koefisien Korelasi

Korelasi	Koefisien Korelasi	Interpretasi
rx_1x_2	-	-
rx_1y	0,661	Kuat
rx_2y	0,612	Kuat

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Dari tabel diatas, diketahui rx_1y dan rx_2y sedangkan nilai dari rx_1x_2 belum diketahui, sehingga sebelum mensubstitusikan nilai r ke dalam rumus korelasi berganda maka terlebih dahulu harus mencari rx_1x_2 dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$rx_1x_2 = \frac{n \cdot \sum X_1 X_2 - (\sum X_1)(\sum X_2)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{n \cdot \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2\}}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{(91)(206.531) - (4.197)(4.446)}{\sqrt{\{(91)(196.915) - (4.197)^2\} \{(91)(218.972) - (4.446)^2\}}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{18.794.321 - 18.659.862}{\sqrt{\{17.929.265 - 17.614.809\} \{19.926.452 - 19.766.916\}}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{134.459}{\sqrt{(304.456)(159.536)}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{134.459}{\sqrt{48.571.692.416}}$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{134.459}{220.389,8646}$$

$$r_{x_1x_2} = 0,610$$

Dari hasil analisis tersebut diperoleh nilai $r_{x_1x_2}$ sebesar 0,610. Berdasarkan pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi = 0,610 termasuk kategori kuat dan mempunyai arah positif. Dengan demikian tingkat korelasi (hubungan) antara atmosfer toko dengan faktor sosial dinyatakan hubungan yang kuat.

Selanjutnya sesudah diketahui semua hasil analisis korelasi antar variabel, maka selanjutnya dapat melakukan perhitungan koefisien korelasi berganda sebagai berikut:

$$r_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2(r_{x_1y})(r_{x_2y})(r_{x_1x_2})}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

$$r_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{(0,661)^2 + (0,612)^2 - 2(0,661)(0,612)(0,610)}{1 - (0,610)^2}}$$

$$r_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{0,437 + 0,374 - 0,494}{1 - 0,628}}$$

$$r_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{0,318}{0,628}}$$

$$r_{x_1x_2y} = \sqrt{0,50634}$$

$$r_{x_1x_2y} = 0,712$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh hasil $r_{x_1x_2y}$ yaitu sebesar 0,712. Berdasarkan interpretasi $r = 0,712$ termasuk kategori kuat dan mempunyai arah yang positif. Dengan demikian menunjukkan bahwa hubungan atmosfer toko dan faktor sosial secara simultan (bersama – sama) terhadap variabel keputusan pembelian dan dinyatakan memiliki hubungan sangat kuat.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui berapa besarnya presentase pengaruh antara variabel terikat, serta untuk mengetahui pengaruh dari faktor lain diluar variabel bebas yang digunakan, maka dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$K_d = r^2 \times 100\%$$

$$K_d = (0,712)^2 \times 100\%$$

$$K_d = 0,506 \times 100\%$$

$$K_d = 50.6\%$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh atmosfer toko dan faktor sosial secara simultan (bersama – sama) terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 50.6%. Sedangkan 49,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara atmosfer toko dan faktor sosial secara simultan (bersama – sama) terhadap variabel minat beli. Secara umum persamaan regresi linier dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Dimana untuk mencari b_1 , b_2 dan a dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$b_1 = \frac{(\sum X_2^2)(\sum X_1 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_2 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum X_1^2)(\sum X_2 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_1 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b_1 \sum X_1 - b_2 \sum X_2}{n}$$

Sebelum menggunakan rumus diatas, langkah pertama yang dapat kita lakukan adalah dengan menghitung rumus berikut ini:

N	X ₁	X ₂	Y	X ₁ X ₁	X ₁ Y	X ₂ Y	X ₁ ²	X ₂ ²	Y ²
91	4,197	4,446	4,473	206,531	208,264	219,855	196,915	218,972	222,507

$$a. \quad \sum X_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n} = 196.915 - \frac{(4.197)^2}{91} = 3.345,67$$

$$b. \quad \sum X_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n} = 196.915 - \frac{(4.446)^2}{91} = 1.753,14$$

$$c. \quad \sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} = 222.507 - \frac{(4.473)^2}{91} = 2.641,14$$

$$d. \quad \sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n} = 208.264 - \frac{(4.197)(4.473)}{91} = 1.965,31$$

$$e. \quad \sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n} = 219.855 - \frac{(4.446)(4.473)}{91} = 1.317$$

$$f. \quad \sum X_1 X_2 = \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n} = 206.531 - \frac{(4.197)(4.503)}{91} = 1.477,57$$

Selanjutnya masukkan hasil perhitungan tersebut ke persamaan b_1 , b_2

dan a yaitu sebagai berikut:

$$b_1 = \frac{(\sum X_2^2)(\sum X_1 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_2 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$b_1 = \frac{(1.753,14)(1.965,31) - (1.447,57)(1.317)}{(3.345,67)(1.753,14) - (1.477,57)^2}$$

$$b_1 = \frac{3.445.465,143 - 1.945.961,571}{5.865.438,041 - 2.183.217,33}$$

$$b_1 = \frac{1.499.503,57}{3.682.220,71}$$

$$b_1 = 0,407$$

$$b_2 = \frac{(\sum X_1^2)(\sum X_2 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_1 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(3.345,67)(1.317) - (1.477,57)(1.965,31)}{(3.345,67)(1.753,14) - (1.477,57)^2}$$

$$b_2 = \frac{4.406.247,824 - 2.903.882,495}{5.865.438,041 - 2.183.217,33}$$

$$b_2 = \frac{2.502.365,33}{3.682.220,71}$$

$$b_2 = 0,408$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b_1 \left(\frac{\sum X_1}{n} \right) - b_2 \left(\frac{\sum X_2}{n} \right)$$

$$a = \frac{4,473}{91} - (0,407) \left(\frac{4,197}{91} \right) - (0,408) \left(\frac{4,446}{91} \right)$$

$$a = (49,153) - (18,771) - (19,933)$$

$$a = 10,438$$

Dari perhitungan analisis regresi berganda tersebut maka dapat diketahui nilai $a = 10,438$, $b_1 = 0,407$, dan $b_2 = 0,408$. Sehingga untuk mengetahui hubungan dari atmosfer toko dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian dapat dinyatakan dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = 10,438 + 0,407 X_1 + 0,408 X_2$$

Artinya apabila atmosfer toko bertambah 1% dan faktor sosial nilainya tidak berubah maka nilai keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,407. Apabila nilai faktor sosial bertambah 1% dan atmosfer toko nilainya tetap maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,408. Dan apabila nilai atmosfer toko dan faktor sosial sebesar 0 maka keputusan pembelian sebesar nilai konstanta yaitu 10.438.

4. Analisis Signifikasi (Uji F)

Untuk menganalisis ada atau tidak adanya pengaruh antar variabel independen dan variabel dependen yaitu dengan menentukan tingkat signifikansi secara simultan maka digunakan uji F. kemudian untuk mengetahui signifikansi

korelasi ganda maka harus dicari terlebih dahulu F_{hitung} selanjutnya bandingkan dengan F_{tabel} , menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{n-k-1}}$$

Diketahui :

$$R = 0,712$$

$$k = 2$$

$$n = 91$$

Sehingga nilai F_{hitung} yaitu sebagai berikut :

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{n-k-1}}$$

$$F_{hitung} = \frac{\frac{(0,712)^2}{2}}{\frac{(1-0,712^2)}{91-2-1}}$$

$$F_{hitung} = \frac{\frac{0,506}{2}}{\frac{1-0,494}{88}}$$

$$F_{hitung} = 45.130$$

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui F_{hitung} sebesar 45.130 kemudian nilai F_{hitung} tersebut dibandingkan dengan F_{tabel} . Adapun nilai F_{tabel} dapat dihitung dari dk $(91-2) = 89$ dengan tingkat kekeliruan 5%. Kemudian diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,099. Karena $F_{hitung} = 45.130 > F_{tabel} 3,099$ maka Hipotesis yang berbunyi atmosfer toko dan faktor sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

keputusan pembelian dalam penelitian ini diterima. Maka hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh atmosfer toko dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Pengaruh ini bernilai positif yang mencerminkan apabila atmosfer toko dan faktor sosial baik, maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

3.2. Pembahasan

3.2.1. Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh atmosfer toko terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 8.311$ sedangkan bobot $t_{tabel} = 1,986$ yang di peroleh pada tabel distribusi t pada taraf nyata 5% dengan total 91 sampel (n) dan 2 peubah dependen (k). Karena nilai $t_{hitung} = 8.311 > t_{tabel} = 1,986$, maka Hipotesis yang berbunyi atmosfer toko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini diterima. Pengaruh ini bernilai positif yang mencerminkan apabila atmosfer toko baik, maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

Atmosfer toko merupakan salah satu unsur dari *retailing mix* yang harus diperhatikan oleh suatu bisnis retail. Atmosfer toko merupakan unsur senjata lain yang dimiliki oleh toko. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar di dalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan. Menurut Levy and Weitz dalam Putri (2014:4) bahwa '*Store atmosphere* bertujuan untuk menarik perhatian konsumen untuk berkunjung, memudahkan mereka untuk mencari barang yang dibutuhkan, mempertahankan mereka untuk berlama-lama berada di dalam toko, memotivasi mereka untuk

membuat perencanaan secara mendadak, mempengaruhi mereka untuk melakukan pembelian dan memberikan kepuasan dalam berbelanja'. Lalu Levy and Weitz dalam Putri (2014:4) bahwa '*Customer purchasing behavior is also influenced by the store atmosphere*'. Artinya perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh suasana. Dengan suasana yang menarik dan unik akan memancing keinginan berkunjung dari seorang konsumen untuk melakukan pembelian.

Sedangkan menurut Gilbert dalam Jaya (2018:289) mengungkapkan 'Atmosfer toko merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan. Atmosfer toko dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian'.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiolda Incha Ladiana (2017) yang menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Buku Gramedia Jember.

3.2.2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 7,300$ sedangkan bobot $t_{tabel} = 1,986$ yang di peroleh pada tabel distribusi t pada taraf nyata 5% dengan total 91 sampel (n) dan 2 peubah dependen (k). Karena nilai $t_{hitung} = 7,300 > t_{tabel} = 1,986$, maka Hipotesis yang berbunyi faktor sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini diterima. Pengaruh ini bernilai positif yang mencerminkan apabila faktor sosial baik, maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

Faktor sosial merupakan interaksi formal maupun informal dalam masyarakat yang relatif permanen yang anggotanya menganut minat dan perilaku serupa dalam usahanya mencapai tujuan bersama. Menurut Lamb dalam Hudani (2020:102) bahwa:

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang secara bersama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara formal dan informal. Faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Para konsumen membeli berbagai produk tertentu berdasarkan kesadaran keanggotaan dalam kelas sosial yang menyangkut gaya hidup yang cenderung membedakan anggota setiap kelas dari anggota kelas sosial lainnya. Kelas sosial merupakan bentuk segmentasi yang hierarki dan alamiah, karena aspek hierarki kelas sosial begitu penting bagi pemasar dan produsen untuk menentukan konsumen mana yang akan menjadi sasaran produk yang telah diciptakan, apa untuk kelas yang lebih tinggi, menengah atau lebih rendah.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmadhanti (2018) yang menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Griya Jakabaring Permai Banyuasin.

3.2.3. Pengaruh Atmosfer Toko dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh atmosfer toko dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} = 45.130 > F_{tabel} 3,099$ maka Hipotesis yang berbunyi atmosfer toko dan faktor

sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini diterima. Pengaruh ini bernilai positif yang mencerminkan apabila atmosfer toko dan faktor sosial baik, maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

Atmosfer toko dan faktor sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena keduanya dapat saling melengkapi dan memperkuat pengaruhnya terhadap konsumen. Atmosfer toko yang baik dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan nyaman bagi konsumen, sementara faktor sosial seperti kelompok referensi dan norma sosial dapat mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen. Ketika atmosfer toko dan faktor sosial bekerja sama, konsumen lebih cenderung untuk melakukan pembelian dan menjadi loyal kepada toko tersebut.

Pengaruh atmosfer toko dan faktor sosial secara simultan juga dapat meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Atmosfer toko yang baik dapat menarik perhatian konsumen dan membuat mereka lebih cenderung untuk memperhatikan produk-produk yang dipajang, sementara faktor sosial seperti rekomendasi dari teman atau keluarga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Dengan demikian, konsumen lebih cenderung untuk melakukan pembelian dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

Selain itu, pengaruh atmosfer toko dan faktor sosial secara simultan juga dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan membedakan toko dari pesaing. Ketika konsumen memiliki pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan

nyaman di sebuah toko, dan juga dipengaruhi oleh faktor sosial yang positif, mereka lebih cenderung untuk kembali berbelanja di toko tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini dapat meningkatkan reputasi toko dan meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian di masa depan.

Dalam keseluruhan, atmosfer toko dan faktor sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena keduanya dapat saling melengkapi dan memperkuat pengaruhnya terhadap konsumen. Dengan menciptakan atmosfer toko yang baik dan memanfaatkan faktor sosial yang positif, perusahaan dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian, meningkatkan loyalitas konsumen, dan membedakan toko dari pesaing.

Menurut Sumarwan dalam Afandi (2017:55) bahwa :

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang secara bersama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara formal dan informal. Selain itu atmosfer toko pun dapat memberikan respon dan menciptakan kenyamanan bagi konsumen dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Handy Surya Jaya (2018) yang menunjukkan bahwa atmosfer toko dan faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Temday Store* Denpasar.