

**PENGARUH LINGKUNGAN FISIK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI KASUS: KONSUMEN BINA SWALAYAN
SETIA BUDI MEDAN)**

SKRIPSI

OLEH :

**RISA ANGGRAENI
NPM: 16.832.0046**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2020**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/11/20

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)19/11/20

**PENGARUH LINGKUNGAN FISIK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI KASUS: KONSUMEN BINA SWALAYAN
SETIA BUDI MEDAN)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area**



OLEH :

**RISA ANGGRAENI
NPM: 16.832.0046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2020**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/11/20

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)19/11/20

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Lingkungan Fisik Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus: Bina Swalayan Setia Budi Medan)

Nama : RISA ANGGRAENI

NPM : 16.832.0046

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

(Ir. M. Yamin Siregar, MM)

Pembimbing I

(Wan Rizca Amelia, SE, M.Si)

Pembimbing II



(Dr. Hisan Efendi, SE, M.Si)

Dekan

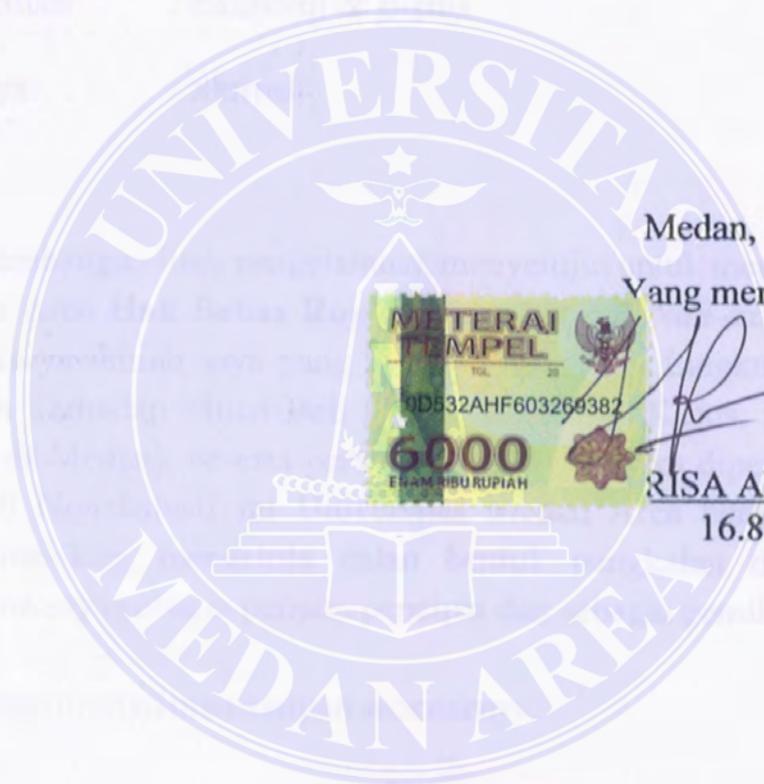
(Wan Rizca Amelia, SE, M.Si)

K.a Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 27/April/2020

HALAMAN PERNYATAAN

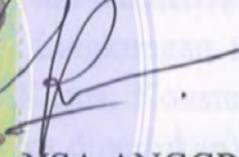
Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabuta gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 27 April 2020

Yang membuat Pernyataan,




RISA ANGGRAENI
16.832.0046

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTIGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RISA ANGGRAENI

NPM : 16.832.0046

Program Studi : Ekonomi & Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh Lingkungan Fisik Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus: Konsumen Bina Swalayan Setia Budi Medan). beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 22 April 2020

Yang Menyatakan,



Risa Anggraeni

16.832.0046

RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Medan, Provinsi Sumatera Utara, Pada tanggal 22 Juli 1999 dari Ayah Riyadi dan Ibu Darwisyah. Peneliti merupakan putri kandung dari 1 bersaudara. Tahun 2016 peneliti lulus dari AMK Muhammadiyah 8 Medan, dan pada tahun 2016 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.



ABSTRAK

Pengaruh Lingkungan Fisik dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Bina Swalayan Setia Budi Medan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh lingkungan fisik dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Bina Swalayan Setia Budi Medan. Populasi ini bersifat relative dan diperkirakan 2.000 konsumen melakukan pembelian setiap minggunya, sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Accidental Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 333 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dan angket. Teknik analisis data ini menggunakan model regresi linear berganda dan pengujian hipotesis uji t, uji f dan koefisien determinasi yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan SPSS 22,0 for windows.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang menggunakan uji statistik diperoleh model regresi penelitian yaitu $Y = 1,085 + 0,445X_1 + 0,313X_2 + e$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan lingkungan fisik dan kualitas pelayanan terhadap minat beli. Kesimpulannya peningkatan minat beli Bina Swalayan Setia Budi Medan dapat dicapai melalui peningkatan lingkungan fisik dan kualitas pelayanan .

Kata kunci : Lingkungan Fisik, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

The Influence of Serviscape and Service Quality on Consumer Purchase Interest of Bina Swalayan Setia Budi Medan.

The purpose of this research is to identify and explain the influence of Servicecape and Service Quality on Consumer Purchase Interest in Bina Swalayan Setia Budi Medan. This population is relative and the estimated 2.000 consumers make purchases every week. While the sampling technique in this study uses a Accidental Sampling method with a total sample of 333 people. Data collection techniques used are observation and questionnaires. Data analysis technique is using multiple linear regression models and testing the hypothesis of the t test and the coefficient of determination before the data has been test using validity, reliability and classic assumptions test. Data management using SPSS 22.0 for windows.

Based on the result of data management using statistical, the research regression model is obtained $Y = 1,085 + 0,445X1 + 0,313X2 + e$. the results showed that there was a positive and significant influence of Serviscape and Service Quality on Conumen Purchase interest. Conclusion increase in buying interest of Bina Swalayan Setia Budi Medan could be achieved through improved Serviscape and Service Quality.

Key words : Serviscape, Service Quality, Consumer Purchase Intqeres

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan pada Allah SWT atas nikmat kesehatan dan rezeki yang diberikan penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Lingkungan Fisik dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen (studi kasus: Konsumen Bina Swalayan Setia Budi Medan)”.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Selain itu penulis juga berharap kiranya skripsi ini dapat memperluas pengetahuan pembaca.

Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Bapak Ir. M. Yamin Siregar, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan saran, arahan dan masukan yang berharga dalam proses penyelesaian proosal ini.

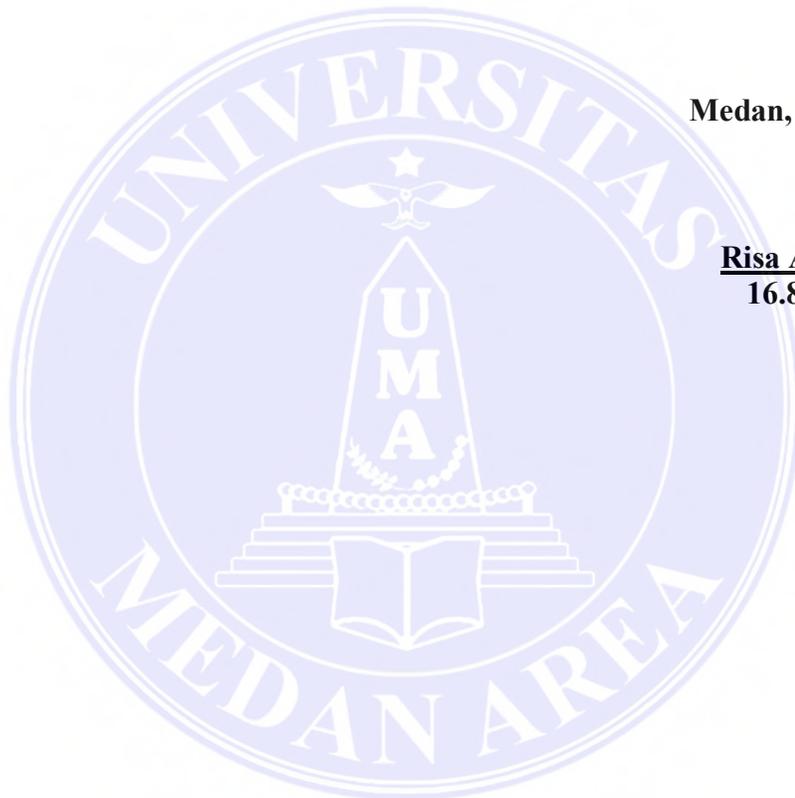
6. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan masukan-masukan serta koreksi dan saran sehingga penulis bisa lebih maksimal dalam penyempurna penulisan proposal ini.
7. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, SE, M.Si selaku Dosen Sekretaris Pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan-masukan yang berharga kepada penulis dalam penulisan proposal ini.
8. Seluruh dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
10. Kepada kedua orang tua (Bapak Riadi dan Ibu Darwisyah) yang selalu memberi kasih sayang, doa dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Dan juga seluruh keluarga yang membantu dan memberi dukungannya.
11. Kepada Supervisor Bina Swalayan yang telah memberikan izin penelitian dan pengambilan data guna penyelesaian proposal.
12. Kepada Fahrur Rozi yang selalu memberikan dukungan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan Saraya Qhasdinah SE selalu memberi bantuan dan dukungannya.
13. Kepada seluruh Rekan-rekan Manajemen Angkatan 2016 Terkhusus manajemen A Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan proposal ini

dengan baik.

Penulis menyadari penulisan proposal ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaan lebih lanjut dan perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga proposal ini bermanfaat bagi para pembaca.

Medan, 27 April 2020

Risa Anggraeni
16.832.0046



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	Viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kerangka Teoristis	9
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2. Minat Beli	9
2.1.3. Faktor-faktor Minat Beli.....	9
2.1.4. Indikator Minat Beli	10
2.2. Lingkungan Fisik	11
2.2.1. Definisi Lingkungan Fisik	11
2.2.2. Dimensi Lingkungan Fisik	13
2.2.3. Indikator Lingkungan Fisik	13
2.3. Kualitas Pelayanan	16
2.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	21
2.3.2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	22
2.4. Penelitian Terdahulu	23
2.5. Kerangka Konseptual	26
2.6. Hipotesis	27
BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.1.1. Jenis Penelitian.....	29
3.1.2. Lokasi Penelitian.....	29
3.1.3. Waktu Penelitian	29
3.2. Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1. Populasi.....	31
3.2.2. Sampel.....	31
3.3. Definisi Operasional	32
3.4. Jenis Data dan Sumber Data	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data	33

3.6. Teknik Analisis Data	34
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	36
3.6.3. Uji Normalitas Data.....	36
3.6.4. Uji Multikolinearitas.....	37
3.6.5. Uji Heteroskedastisitas	38
3.7. Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.8. Uji Hipotesis.....	39
3.8.1. Uji Parsial (Uji t).....	39
3.8.2. Uji Simultan (Uji f).....	40
3.8.3. Koefisien Determinasi (R^2)	41

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	42
4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	43
4.1.3. Penyajian Data Responden	46
4.1.4. Analisis Statistik Deskriptif.....	47
4.2. Pembahasan	53
4.2.1. Uji Validitas dan Reabilitas.....	54
4.2.2. Uji Asumsi Klasik	54
4.2.3. Uji Hipotesis	60
4.2.4. Koefisien Determinasi (R^2).....	62
4.2.5. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62

BAB V: KESIMPULAN & SARAN

5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional	32
Tabel 3.3 Pedoman Pemberian Skor	34
Tabel 4.1 Presentase Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2 Presentase Usia Responden.....	46
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi dan Persentase Variabel Lingkungan Fisik	47
Table 4.4 Distribusi Frekuensi dan Persentase Variabel Kualitas Pelayanan....	49
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi dan Persentase Variabe Minat Beli.....	51
Tabel 4.6 Uji Vaiditas Terhadap Butir-Butir Pertanyaan Ketiga Variabel	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, dan Y.....	54
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	58
Tabel 4.11 Analisis Linear Berganda	59
Tabel 4.12 Uji Pengaruh Simultan.....	60
Tabel 4.13 Uji Signifikan Pengaruh Parsial.....	61
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bina Swalayan Setia Budi Medan.....	43
Gambar 4.2 Histogram	55
Gambar 4.3 Normal <i>Probability Plot</i> Kerangka Pemikiran.....	56



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Seiring dengan berjalannya waktu dan adanya perubahan dewasa ini, perkembangan bisnis di Indonesia menunjukkan bahwa setiap pelaku usaha atau perusahaan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat dan semakin kompetitif. Dimana setiap perusahaan dituntut untuk mengenal pasar atau konsumennya sebaik mungkin agar dapat sukses dalam persaingan.

Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan tergantung dari kemampuan perusahaan terutama manajemen dalam menjalankan usahanya. Semakin ketatnya persaingan maka semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada konsumen sebagai tujuan utama.

Konsumen merupakan pihak yang memanfaatkan suatu produk atau jasa dan cenderung memberikan penilaian terhadap mutu suatu produk atau jasa penjualan. Penilaian yang dilakukan berasal dari proses perbandingan dari apa yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan. Mulai dari kemudahan dan kenyamanan, fasilitas dan pelayanan yang memuaskan mulai di perhitungkan oleh konsumen. Agar dapat menarik dan merebut perhatian konsumen, pihak toko perlu mengetahui lingkungan toko yang bagaimana harus diciptakan agar dapat membentuk kepuasan konsumen. oleh karena itu pemasar dipaksa untuk meningkatkan mutu dari manajemen penjualan produknya.

Perkembangan ekonomi Indonesia di *sektor ritel* semakin meningkat. Hal

ini terjadi karena pengusaha, baik dari dalam maupun luar negeri yang terus menerus melakukan kegiatan dalam mengembangkan usahanya di Indonesia. Bisnis ritel modern dalam bentuk toko serba ada, seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* telah menjadi pilihan utama sebagai tempat berbelanja bagi konsumen di Indonesia. Usaha ritel atau eceran (*retailing*) adalah semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan yang sifatnya pribadi, bukan bisnis.

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut diperlukan barang dan jasa. Hal ini membuka peluang dari produsen atau perusahaan untuk menghasilkan dan menyediakan berbagai macam baik dari segi merek, kemasan, ukuran, warna, maupun harga sehingga konsumen memperoleh kemudahan dalam berbelanja karena dapat memenuhi segala macam kebutuhannya. Dan akan menambah minat beli pelanggan akan suatu perusahaan.

Minat beli merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen atau individu tersebut terhadap suatu produk. Dalam beberapa para ahli Menurut Durianto (2013:58), mengungkapkan bahwa “Minat beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk. Dan Menurut Simamora (2011:106), mengatakan bahwa ”Minat beli terhadap suatu produk timbul karena adanya dasar kepercayaan terhadap produk yang diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk.”

Dari segi lingkungan fisik dan kualitas pelayanan diduga dapat menciptakan minat beli konsumen yang merupakan dorongan perilaku untuk melakukan

pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk/jasa yang dihasilkan oleh suatu badan usaha.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:276) Mendefinisikan *servicescape* sebagai gaya dan wujud dari lingkungan fisik dan elemen-elemen eksperimental lainnya yang ditemukan oleh pelanggan di tempat jasa tersebut disampaikan.

Sebagai Supermarket yang berupaya untuk memberikan pelayanan yang tertinggi pada pelanggannya. Untuk memberikan kualitas pelayanan yang paling baik, dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kecepatan, keramahan, kenyamanan yang terintegrasi sehingga manfaat yang besar akan diperoleh terutama pada minat beli konsumen.

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Kota Medan adalah salah satu kota besar dengan pertumbuhan ritel modern yang sangat pesat. Fenomena ini terlihat dari banyaknya minimarket yang semakin tersebar di banyak tempat yang disebabkan oleh meningkatnya konsumsi masyarakat yang menjadi pemicu bisnis ini semakin banyak pelakunya.

Bina swalayan bukan satu-satunya swalayan di jalan Setia Budi Medan, masih ada beberapa Swalayan lagi yang tidak kalah bagus dan relatif sama di daerah tersebut. Menurut pengamat sementara peneliti, terdapat kesenjangan antara Bina Swalayan dengan Swalayan lainnya. Bina swalayan lebih laris dan ramai dikunjungi oleh konsumen dibandingkan dengan Swalayan lainnya walaupun dilihat dari tingkat harga yang ditawarkan tidak terlalu beda jauh antara

Bina swalayan dengan pesaingnya, hal ini diduga karena pelayanan yang diberikan dan ditawarkan dapat menjadi minat beli konsumen. Keberadaan Bina Swalayan ini merupakan tempat berbelanja yang strategis, juga mudah dijangkau karena alat transportasi mudah ditemui, dan terletak di jalan Setia Budi Medan yang sangat dekat dengan berbagai kompleks perumahan. Oleh karena itu, keberadaan Bina Swalayan sangat dikenal masyarakat sekitar.

Bina Swalayan Setia Budi ini merupakan tempat perbelanjaan yang sangat di minati banyak konsumen di bandingkan dengan swalayan lainnya karna adanya jaminan untuk kendaraan yang berkunjung seperti berupa tiket parkir gratis, di setiap sudut terdapat CCTV dan adanya penjaga di setiap parkir sepeda motor ataupun mobil, juga adanya beberapa mesin ATM di halaman toko. Tak hanya itu, Bina Swalayan juga menjual berbagai buah dan sayuran, kue/bolu, barang-barang perlengkapan dapur, pakaian, dll.

Dalam suatu perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya, salah satunya adalah dengan memberikan lingkungan fisik yang baik, yaitu dengan cara menyediakan tempat dengan suasana lebih rileks, tempat yang bersih dengan susunan perabotan atau peralatan yang rapi an lain sebagainya. Dengan begitu, konsumen akan merasa nyaman dan hal tersebut bisa saja meningkatkan minat beli konsumen saat ingin berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya.

lingkungan fisik kerja yaitu adanya lingkungan perantara atau lingkungan umum yang mempengaruhi kondisi manusia, misalnya: temperatur, sirkulasi udara, pencahayaan, kebisingan, bau tidak sedap, warna, dan lain-lain.

Temperatur di Bina Swalayan ini suhunya dibagian belakang untuk Buah dan Sayur sangat dingin, tetapi di bagian depan suhunya dingin tapi tidak seperti di bagian belakang. Pencahayaan dalam gerai yang tidak merata sehingga konsumen menjadi kurang nyaman dalam berbelanja, dan sebagian dari mereka mengeluhkan seringnya terjadi perubahan rak yang mengakibatkan konsumen menjadi lebih sulit dalam mencari produk yang diinginkan.

Dalam pelayanan di Bina Swalayan ini, sampai sekarang belum membaik, dimana sebagian dari mereka mengeluhkan pelayanan dalam segi melayani kurang memuaskan. Seperti memberi tahu letak barangnya di bagian mana dan mereka tidak mengarahi pelanggan untuk menemukan barang yang diinginkan pelanggan.

Bina Swalayan juga menyediakan tempat pelanggan untuk menyampaikan keluhan mereka apabila mereka mengalami ketidaknyamanan dalam berbelanja. Toko juga terdapat *Costumer Service* sebagai tempat pengaduan keluhan dan juga pusat informasi yang membantu pelanggan, selain dengan menyatakan keluhannya langsung kepetugas *Customers Service* untuk menyatakan keluhan dan juga untuk sekedar mendapat informasi. hal ini sangat penting untuk diperhatikan agar para kasir menjaga dengan baik kualitas pelayanan terkait sikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan, sikap dapat dipercaya dan adanya pengetahuan luas dan kemampuan dalam mengatasi permasalahan konsumen saat berbelanja di Swalayan agar konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.

Kualitas pelayanan mempengaruhi terhadap minat beli konsumen, dimana ketika kualitas pelayanan kurang baik maka akan menurun minat beli konsumen. Karena dalam proses minat beli terdapat pengambilan keputusan sebelum

dilakukan pembelian, apalagi minimarket ini juga terbilang cukup lengkap produk-produk yang dipasarkan atau dijual. Ketika kualitas pelayanan kurang baik maka akan berdampak pada minat beli dan membuat pelanggan menjatuhkan pilihannya untuk membeli kepada pesaing hal ini berarti minat beli konsumen akan berkurang atau menurun. Sebaliknya jika kualitas pelayanan baik maka konsumen akan merasa senang dan akan kembali lagi untuk membeli dan tidak akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Dalam artian ketika kualitas layanan baik maka pembeli bertambah. Namun penelitian tersebut tidak ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap minat beli.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul “pengaruh lingkungan fisik dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen (studi kasus: konsumen bina swalayan setia budi medan)”.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah lingkungan fisik berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Bina Swalayan Setia Budi Medan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Bina Swalayan Setia Budi Medan?
3. Apakah berpengaruh lingkungan fisik dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Bina Swalayan Setia Budi Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lingkungan fisik terhadap minat beli konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lingkungan fisik dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Peneliti
Untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan serta menambah pengetahuan dan wawasan, mengenai Minat Beli.
2. Bagi perusahaan
Sebagai pertimbangan dalam mengambil atau menentukan kebijakan dalam usaha meningkatkan meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Bagi Universitas Medan Area
Menambah literature kepustakaan di bidang penelitian kepuasan konsumen.
5. Bagi Peneliti Lain
Sebagai referensi untuk meneliti objek yang sejenis dan untuk mengembangkan penelitian dimasa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka teoristis

2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Berikut ini beberapa pendapat Menurut beberapa para ahli dalam definisi manajemen pemasaran yaitu:

Menurut Sofjan Assauri (2013:12) Pengertian Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari pertukaran/ transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Menurut Buchori dan Djaslim (2010:5) Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, dan jasa, untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi.

2.1.2 Minat Beli

2.1.2.1 Pengertian Minat Beli

Salah satu bentuk dari perilaku konsumen yaitu minat atau keinginan membeli suatu produk atau layanan jasa. Bentuk konsumen dari minat beli adalah konsumen potensial, yaitu konsumen yang belum melakukan tindakan pembelian pada masa sekarang dan kemungkinan akan melakukan tindakan pembelian pada masa yang akan datang atau bisa disebut sebagai calon pembeli. Adapun dari

beberapa pendapat ahli tersebut tentang minat beli yaitu :

Menurut Kotler dan Keller (dalam Adi, 2015:36) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan.

Menurut Mujiono (dalam Suradi 2009 :54) Minat beli merupakan aktivitas psikis yang timbul karena adanya perasaan dan pikiran terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan.

Definisi minat beli dari Simamora (dalam Murtadana, 2014:24) adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu objek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan objek tersebut.

Thamrin (2012: 142) berpendapat minat beli konsumen merupakan dari bagian komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Jadi dapat disimpulkan minat beli konsumen adalah niatan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa dengan pertimbangan sebelum proses pembelian berlangsung.

2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli

Faktor-faktor yang membentuk minat beli konsumen menurut Kotler, Bowen, dan Makens (dalam Wibisaputra, 2011:29), yaitu :

- a. Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu, intensitas

sifat negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

- b. Situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri, apakah konsumen percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak. Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen tersebut dapat membuat lima sub keputusan pembelian sebagai berikut :

- 1) Keputusan merek
- 2) Keputusan pemasok
- 3) Keputusan kuantitas
- 4) Keputusan waktu
- 5) Keputusan metode pembayaran.

2.1.2.3 Indikator Minat Beli konsumen

Menurut Suwandari (2014:57) yang menjadi indikator minat beli seorang calon konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Perhatian (*Attention*) yaitu perhatian calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.
- b. Ketertarikan (*Interest*) yaitu ketertarikan calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.
- c. Keinginan (*Desire*) yaitu keinginan calon konsumen untuk memiliki produk yang ditawarkan oleh produsen.
- d. Tindakan (*Action*) Yaitu calon konsumen melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

2.1.3 Lingkungan Fisik

2.1.3.1 Definisi Lingkungan Fisik (*Servicescape*)

Sebuah perusahaan harus mampu memberikan lingkungan fisik yang baik. Dengan cara menyediakan tempat dengan suasana lebih rileks, tempat yang bersih dengan susunan yang perabotan atau peralatan yang rapih dan sebagainya. Berikut adalah definisi lingkungan fisik menurut para ahli :

Zeithaml dan Bitner (2013:278) mendefinisikan *servicescape* sebagai semua aspek fasilitas suatu organisasi jasa yang meliputi atribut-atribut eksterior (papan informasi, tempat parkir, pemandangan alam) dan atribut-atribut interior (desain, tata letak, peralatan, dan dekorasi).

Menurut Bitner (dalam Tjiptono 2014: 155), tipologi *servicescape* dapat dibagi menjadi dua dimensi utama, yaitu pemakaian *servicescape* dan kompleksitas fisik *servicescape*. Pemakaian *servicescape* mengacu pada siapa yang melakukan tindakan dalam lingkungan fisik (*servicescape*) : pelanggan, karyawan, maupun keduanya. Implikasinya terhadap tiga jenis tipe organisasi jasa, yaitu:

- (1) Jasa Swalayan : pelanggan melakukan sebagian besar aktivitas dan hanya sedikit keterlibatan karyawan.
- (2) Jasa Interpersonal : pelanggan dan karyawan harus hadir di *servicescape*.
- (3) *Remote Services* : keterlibatan pelanggan dalam *servicescape* minim atau bahkan tidak ada sama sekali.

Sementara itu, berdasarkan kompleksitansi *servicescape*, lingkungan jasa

dapat dikelompokkan menjadi dua kategori, yaitu :

- a. *Lean environment*, yaitu lingkungan jasa yang sangat sederhana, dengan sedikit elemen, sedikit ruang dan hanya segelintir peralatan.
- b. *Elaborate environment*, yaitu lingkungan jasa yang sangat kompleks, dengan banyak elemen dan banyak bentuk.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:283) pemahaman *servicescape* sangat penting bagi pemasar jasa, karena *servicescape* mempunyai beberapa peranan sekaligus yaitu :

1. *Package*, bahwa *Servicescape* berperan sebagai membungkus atau mengemas jasa yang ditawarkan dalam suatu cara yang berbeda dengan cara menawarkan barang kepada konsumennya.
2. *Facilitator*, bahwa *Servicescape* membantu memfasilitasi setiap kegiatan individu dalam lingkungan jasa tersebut.
3. *Socializer*, bahwa desain *servicescape* dapat membantu sosialisasi baik bagi pelanggan dan karyawan, sehingga dapat menuntun mereka untuk melakukan peran-peran tertentu dan bagaimana seharusnya berperilaku ketika berada dalam lingkungan jasa tersebut.
4. *Differentiator*, bahwa desain dari *servicescape* dapat membedakan perusahaan dari para pesaing dan segmen pasar yang dituju. perubahan dalam lingkungan fisik dapat digunakan untuk memposisikan kembali suatu perusahaan atau untuk menarik segmen pasar baru.

Dari beberapa definisi diatas, maka penulis menarik kesimpulan bahwa

lingkungan fisik (*servicescape*) merupakan lingkungan yang diciptakan untuk menghasilkan rasa nyaman bagi konsumen dan hanya bisa dirasakan oleh panca indera sehingga menghasilkan pengalaman yang mengesankan dan dapat meningkatkan kinerja organisasi.

2.1.3.2 Dimensi-dimensi Lingkungan Fisik

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011 : 12) dimensi utama lingkungan jasa dalam model *servicescape* yaitu:

1. Dampak dari kondisi sekitar (*ambient condition*), merujuk pada karakteristik lingkungan yang dirasakan kelima panca indera. Elemen-elemen utama yang terkait dengan kondisi sekitar yaitu seperti musik, aroma, warna, kebisingan, dan temperatur.
2. Tata letak spasial dan fungsionalitas, merupakan rancangan lantai, ukuran, dan bentuk perabotan, meja konter, mesin, serta peralatan potensial dan bagaimana semua ini disusun.
3. Tanda, symbol dan artefak, merupakan sinyal eksplisit atau implisit untuk mengkomunikasikan citra perusahaan, membantu pelanggan dalam menemukan apa yang mereka cari, dan menyampaikan skenario layanan.
4. Manusia, tampilan dan perilaku personel layanan dan pelanggan dapat memperkuat atau mengurangi kesan yang diciptakan oleh suatu lingkungan layanan.

2.1.3.3 Indikator Lingkungan Fisik

Dalam penelitian ini, dibatasi beberapa indikator yang disesuaikan dengan

kondisi peneliti. Adapun indikator tersebut didasari oleh pendapat Lovelock dan Wirtz (2011 : 12) Indikator yang akan diambil pada penelitian Bina Swalayan Setia Budi Medan yaitu :

a. Kondisi Sekitar

Kondisi sekitar adalah karakteristik lingkungan layanan yang berkaitan dengan kelima panca indera. Tanpa disadari kondisi sekitar dapat mempengaruhi emosional, persepsi dan juga perilaku seseorang. Kondisi sekitar juga akan menghasilkan dan menimbulkan suasana hati dari seorang konsumen terhadap apa yang dirasakannya. Adapun sub dimensi dari kondisi sekitar yaitu musik, aroma, warna, pencahayaan, suhu udara dan kebisingan.

1. Musik

Musik dapat memberikan dampak hebat terhadap persepsi dan perilaku dalam situasi layanan, sekalipun diputar dalam volume yang sulit didengar. Dalam situasi layanan yang membutuhkan waktu tunggu, penggunaan musik yang efektif akan memperpendek waktu tunggu yang dirasakan dan meningkatkan kepuasan bagi konsumen.

2. Aroma

Keberadaan aroma memberikan dampak besar terhadap suasana hati seseorang karena aroma dianggap yang paling lekat dengan sistem panca indera kita. Aroma dapat memberikan respon tertentu dari konsumennya bahkan dapat mempengaruhi keinginan berbelanja seseorang.

3. Warna

Warna memiliki dampak besar terhadap perasaan seseorang. Warna yang berbeda-beda akan menimbulkan suatu kesan yang berbeda pula terhadap perasaan seseorang.

4. Pencahayaan

Pencahayaan dalam lingkungan fisik (*servicescape*) mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dari suatu ruangan. Pencahayaan yang diatur seefektif mungkin dengan disesuaikan pada warna ruangan, furnitur ruangan akan menanamkan nilai dalam benak konsumen terhadap kondisi yang menyenangkan dan lebih positif dari pada pencerahan yang tidak di atur.

5. Suhu Udara

Suhu udara yang digunakan dalam lingkungan jasa mendeskripsikan bagaimana udara dari suatu ruangan yang dimaksud. Udara yang panas atau dingin akan mempengaruhi tingkat kenyamanan seorang konsumen ketika sedang mengkonsumsi jasa tertentu.

6. Kebisingan

Kebisingan biasa dikenal dengan istilah suara berisik atau suara yang mengganggu. Kebisingan dalam lingkungan jasa perlu diperhatikan agar tidak terjadi persepsi buruk dari konsumen perusahaan dengan terganggunya oleh suara yang tidak seharusnya didengar yang akan mengganggu kenyamanan konsumen.

b. Tata Letak Ruang dan Fungsional

Tata letak ruang mengacu pada objek seperti mesin, peralatan, dan perabot diatur dalam lingkungan jasa sedangkan fungsional merujuk pada kemampuan benda-benda tersebut untuk memudahkan performa transaksi layanan. Tata letak ruang menciptakan lingkungan fisik (*servicescape*) yang visual dan fungsional sehingga penghantaran dan konsumsi layanan bisa terjadi.

c. Tanda, Simbol dan Artefak

Tanda, simbol dan artefak digunakan oleh penyedia jasa untuk membantu memberikan petunjuk-petunjuk yang akan memudahkan dan memandu konsumen untuk menemukan apa yang mereka cari saat berada di dalam lingkungan jasa. Tanda, simbol dan artefak adalah benda-benda lain di lingkungan jasa yang kurang dapat berkomunikasi secara langsung namun memberikan isyarat implisit kepada konsumen tentang makna dan norma-norma di tempat tersebut.

2.1.4 Kualitas Pelayanan

2.1.4.1 Pengertian Kualitas

Dengan menghasilkan kualitas yang baik serta mampu mencapai pemenuhan kebutuhan konsumen tentu dapat menimbulkan minat beli konsumen. Kualitas merupakan persoalan yang sangat penting bagi perusahaan dalam situasi persaingan global yang sangat kompetitif. Kemampuan kualitas akan menjadi senjata untuk memenangkan persaingan, karena dengan memberikan kualitas yang baik maka minat beli konsumen tercapai. Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif. Yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk

menentukan ciri-ciri dan spesifikasi.

Berikut ini beberapa pendapat ahli yang mendefinisikan tentang kualitas yaitu:

- a. Menurut Garvin yang dikutip Tjiptono (2012:143) menjelaskan ada terdapat lima perspektif tentang kualitas, salah satunya adalah kualitas dilihat pada tergantung seseorang yang menilainya, hingga produk yang lebih memuaskan preferensi seseorang merupakan ialah produk yang berkualitas paling tinggi.
- b. Menurut American Society dalam buku Kotler dan Keller (2016:156) pengertian Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Berdasarkan pendapat diatas penulis menarik kesimpulan mengenai definisi kualitas, bahwa kualitas merupakan suatu kondisi keseluruhan secara dinamis yang berhubungan dengan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan memenuhi kebutuhan seseorang.

2.1.4.2 Pengertian Pelayanan

Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik.

Untuk memberikan pelayanan yang baik, dibutuhkan kesungguhan yang mengandung unsur kecepatan, keramahan, kenyamanan yang terintegrasi sehingga manfaat yang besar akan diperoleh terutama pada minat beli konsumen.

Pelayanan merupakan bagian dari sistem pemasaran yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Sehingga bisa dikatakan keberhasilan suatu perusahaan ialah dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, dan konsumen merasa puas akan pelayanan yang diberikan tersebut sehingga konsumen merasakan puas yang tidak diperoleh dari pesaing.

Menurut Sampara (2011:5) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Sedangkan Menurut Moenir (2010 : 26) menjelaskan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Berdasarkan beberapa definisi sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan terjadi dari tuntutan para konsumen yang mengharapkan menjadi minat beli yang diberikan oleh perusahaan berupa jawaban yaitu ramah, cepat dan tepat. Pelayanan pada umumnya dilakukan oleh karyawan ataupun penjual terhadap konsumennya. Oleh sebab itu pelayanan yang baik tercipta dari karyawan maupun

penjual yang mampu mengenali keinginan para konsumennya. Pelayanan bersifat langsung artinya dapat dirasakan oleh konsumen dari perusahaan, sehingga konsumen menganggap karyawan adalah perusahaan.

Jika perusahaan melakukan kesalahan pada konsumen maka konsumen akan menganggap bahwa perusahaan yang telah dilakukan kesalahan terhadapnya. Oleh karena itu, kesalahan pelayanan yang dilakukan karyawan terhadap konsumen harus segera ditanggapi guna mengembalikan kepuasan konsumen terhadap perusahaan.

2.1.4.3 Bentuk-bentuk Pelayanan

Menurut Moenir (2010: 190) Pelayanan umum yang dilakukan oleh siapapun. Dapat dikategorikan dalam tiga bentuk yaitu:

1. Layanan dengan lisan.
2. Layanan dengan tulisan.
3. Layanan dengan perbuatan.

Pelayanan umum diuraikan sebagai berikut:

a. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat (humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

b. Layanan dengan tulisan

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari

segi peranannya. Pada dasarnya pelayanan melalui tulisan-tulisan cukup efisien terutama layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang dapat diperhatikan adalah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun proses penyelesaiannya.

c. Layanan dengan perbuatan

Dilakukan oleh sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaan.

2.1.4.4 Karakteristik jasa/pelayanan

Jasa/pelayanan memiliki empat karakteristik utama yaitu:

1. *Intangibility*
2. *Variability*
3. *Inseparability*
4. *Perishability*

Karakteristik utama tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. *Intangibility*, yaitu jasa yang bersifat tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelu, dibeli dan dikonsumsi. Dengan demikian orang tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri.
2. *Variability*, yang merupakan banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi.

3. *Inseparability*, yaitu interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil dari jasa bersangkutan. Dalam hubungan antara penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur kritis. Kunci keberhasilan bisnis jasa terletak pada proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, system imbalan, pelatihan dan pengembangan karyawannya.
4. *Perishability*, berarti bahwa jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang diwaktu datang, dijual kembali, atau dikembalikan.

2.1.4.5 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang paling baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Menurut Tjiptono (2012: 59) “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Berikut ini merupakan pendapat ahli yang mengemukakan pengertian kualitas pelayanan, yaitu :

- a. Menurut Lovelock (dalam Utami, 2010: 291) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan adalah perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa”.

- b. Menurut herlistyani (2012: 2) berpendapat “kualitas pelayanan adalah segala bentuk penyelenggaraan pelayanan secara maksimal yang diberikan perusahaan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan demi memenuhi harapan pelanggan”.
- c. Selanjutnya dijelaskan oleh Fandy (menurut Tjiptono 2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Berdasarkan pengertian sebelumnya, bahwa kualitas sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dari tingkat atau level kualitas jasa tersebut sehingga dapat memenuhi harapan pelanggan dalam minat beli konsumen. Kualitas pelayanan akan diterima secara positif oleh konsumen jika perusahaan mampu memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan atau penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan konsumennya secara terus-menerus. Hanya dengan kualitas pelayanan yang maksimal konsumen dapat terpuaskan.

2.1.4.6 Indikator Kualitas Pelayanan

Masing-masing dimensi memiliki indikator sebagai berikut:

1. Untuk dimensi *Tangible* (Berwujud), terdiri atas indikator:
 - a. Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan
 - b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
 - c. Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan

- d. Kemudahan proses dan akses layanan
 - e. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan
2. Untuk dimensi *Reliability* (Kehandalan), terdiri atas indikator
 - a. Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan
 - b. Memiliki standar pelayanan yang jelas
 - c. Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
 - d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
 3. Untuk dimensi *Responsiveness* (Respon/Ketanggapan), terdiri atas indikator:
 - a. Merespon setiap pelanggan/ pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan
 - b. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat dan tepat
 - c. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat
 - d. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas
 4. Untuk dimensi *Assurance* (Jaminan), terdiri atas indikator:
 - a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
 - b. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
 - c. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan
 5. Untuk dimensi *Empathy* (Empati), terdiri atas indikator:
 - a. Mendahulukan kepentingan pemohon/ pelanggan
 - b. Petugas melayani dengan sikap ramah
 - c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun
 - d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)

- e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian penulis menemukan beberapa penelitian yang meneliti topik yang sama. Penelitian tersebut dirasa relevan dengan penelitian ini dan dapat dijadikan dasar oleh peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya. Peneliti terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Secara ringkas, penelitian-penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rahmi Rosita (2017)	Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Kenyamanan, Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada LotteMart Bekasi Junction.	Variabel Terkait X1=Lokasi, X2=Kelengkapan Produk X3=Kualitas Pelayanan X4=Harga X5=Kenyamanan Variabel Terikat Y= Minat Beli Ulang	Hasil uji ini menunjukkan bahwa: 1.) Secara Parsial lokasi, kelengkapan produk, kualitas prosuk, pelayanan, harga dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada LotteMart Bekasi Injection. 2.) Secara Simultan Lokasi, kelengkapan Produk, kualitas produk, pelayanan, harga, dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan

				terhadap minat beli ulang pada LotteMart Bekasi Injection.
2.	Savitry Nurhayati (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Produk dan Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Resto <i>secret garden coffe dan chocolate</i> Yogyakarta)	Variabel Bebas X1=Kualitas Pelayanan X2=Harga Produk X3=Lingkungan Fisik Variabel Terkait Y=Kepuasan Konsumen	Hasil Uji ini menunjukkan bahwa: (1.) Secara Parsial Kualitas pelayanan, harga, produk, dan lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada resto <i>secret garden coffe dan chocolate</i> Yogyakarta (2.) secara simultan Kualitas pelayanan, harga, produk, dan Lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada resto <i>secret garden coffe dan chocolate</i> Yogyakarta
3.	Laurensia Vinda W (2015)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli ulang (Studi Kasus pada Starbucks Semarang)	Variabel Bebas X1=Kualitas Pelayanan X2=Kualitas Produk Variabel Terkait Y=Minat Beli Ulang	Hasil uji ini menunjukkan bahwa:) Secara Parsial Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada starbuck semarang. 2) Secara Simultan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh Signifikan terhadap minat beli ulang

				pada Starbucks Semarang.
4.	Basrah Saidani (2012)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market Pondok Indah	Variabel Bebas X1=Kualitas Produk X2=Kualitas Layanan Variabel Terkait Y1: Kepuasan Konsumen Y2=Minat Beli	Hasil uji ini menunjukkan bahwa (1) secara parsial Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada Ranch Market Pondok Indah Jakarta Selatan. 2) Secara Simultan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada Ranch Market Pondok Indah Jakarta Selatan.
5.	Adiba (2016)	Pengaruh Suasana Toko Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Aurora Shop Samarinda	Variabel Bebas: X1: Suasana Toko X2: Lokasi Variabel Terkait: Y: Minat Beli Konsumen	Hasil uji ini menunjukkan bahwa (1) secara parsial variabel suasana toko (X_1) dan lokasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y). (2) secara simultan variabel suasana toko (X_1) dan lokasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen toko Aurora Shop Samarinda (Y).

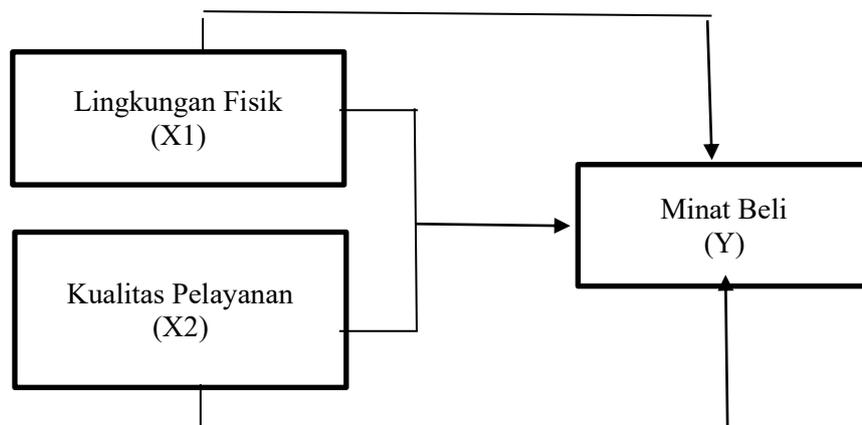
--	--	--	--	--

2.3 Kerangka Konseptual

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan tajam seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, perusahaan retail berupaya melakukan semaksimal mungkin untuk meningkatkan dan melangsungkan kehidupan usahanya. Mencapai tujuan dari setiap perusahaan tidaklah mudah, diperlukan strategi-strategi khusus untuk menenangkan persaingan. Untuk itu perusahaan retail berusaha meningkatkan minat beli konsumen.

Dari banyak strategi yang dilakukan oleh beberapa perusahaan dalam meningkatkan minat beli konsumen, hal terpenting yang perlu dilakukan adalah meningkatkan kualitas pelayanan dan menciptakan lingkungan fisik yang baik untuk konsumennya. Karena dengan kualitas pelayanan yang baik dan suasana lingkungan toko yang diciptakan untuk memberikan rasa nyaman untuk konsumen saat berbelanja seperti musik, susunan atau tanda yang sesuai, keramahan konsumen dan sebagainya guna menciptakan minat beli yang tinggi bagi konsumen.

Dengan demikian kerangka berfikir peneliti dijelaskan bahwa variabel lingkungan fisik dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Maka model kerangka berfikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Konseptual

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2010: 64). Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah:

- H1 : Terdapat pengaruh lingkungan fisik terhadap minat beli konsumen Bina Swalayan Setia Budi Medan.
- H2 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Bina Swalayan Setia Budi Medan.
- H3 : Terdapat pengaruh lingkungan fisik dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen Bina Swalayan Setia Budi Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian Kuantitatif. Menurut surjarwerdi (2015: 12) peneliti kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai/diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain kuantifikasi (pengukuran).

Menurut sugiono (2012: 37), Hubungan kasualitas adalah hubungan-hubungan yang bersifat sebab akibat. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi dan promosi dalam usaha meningkatkan volume penjualan. Sedangkan menurut sugiono (2013: 122). Sifat penelitian adalah menjelaskan bertujuan untuk menjelaskan kedudukan antar variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antar variabel.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bina Swalayan yang beralamat di Jl. Setia Budi No.283 lk.III kel. Tanjung Sari Kec. Medan Selayang, Medan.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang direncanakan adalah dari bulan September sampai Februari 2020. Berikut waktu penelitian yang penulis rencanakan:

Tabel 3.1
Rincian Waktu Penelitian

no	Kegiatan	2019 S/D 2020						
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Apr
1	Penyusunan Proposal	■	■	■				
2	Seminar Proposal				■			
3	Pengumpulan Data					■		
4	Analisis Data					■	■	
5	Seminar Hasil					■	■	
6	Pengajuan Meja Hijau						■	■
7	Meja Hijau						■	■

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Bina Swalayan Setia Budi. Populasi Bina Swalayan ini termasuk jenis populasi yang tidak terbatas karena konsumen yang datang jumlahnya berbeda setiap hari. Menurut Sugiyono (2012: 115) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini dilakukan pada bulan oktober 2019 adalah seluruh konsumen yang datang untuk berbelanja di Bina Swalaya, dengan rata-rata setiap minggunya mencapai 2.000 orang.

3.2.2 Sampel

Mengingat besarnya jumlah populasi maka penentuan jumlah sampel. Teknik pengambilan sampel salah satu dari nonprobability sampling yaitu Accidental Sampling. Metode ini menggunakan sampel yang tidak secara kebetulan. Maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan di Bina Swalayan Setia Budi Medan selama satu minggu yaitu mencapai 2000 pelanggan. Namun yang digunakan menjadi sampel penelitian menggunakan rumus Slovin karena ukuran populasi yang diketahui

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

E = Taraf Kesalahan

Maka jumlah sampel yang diperoleh:

$$N = \frac{2000}{1 + 2.000(0,05)^2}$$

$$N = \frac{2.000}{1 + 5}$$

$$N = 333 \text{ Sampel}$$

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel bebas (X1) : Lingkungan Fisik
- b. Variabel Bebas (X2) : Kualitas Pelayanan
- c. Variabel Terkait (Y) : Minat Beli

3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Minat beli (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2009: 15),”(Minat Beli Yaitu perilaku yang muncul sebagai respon terhadap Objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian”.	1.Perhatian 2.Ketertarikan 3.Keinginan 4.Tindakan	<i>Likert</i>
Lingkungan Fisik (X1)	Lingkungan Fisik merupakan semua aspek fasilitas suatu organisasi yang meliputi atribut eksterior (desain tata letak, peralatan, dan dekorasi).	1.Kebersihan 2.Pencahayaan 3.Karyawan 4.Ruangan didesain Dengan baik.	<i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas Pelayanan yaitu spektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi Kognitif dari transfer jasa	1.Kehandalan 2.Daya Tanggap 3.Jaminan 4.Empati 5.Wujud Fisik	<i>Likert</i>

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah;

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden, diolah dalam bentuk data statistik.

2. Data Skunder

Data skunder yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber dari bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari responden pada lokasi penelitian. Untuk memperoleh data yang digunakan penulis menggunakan alat pengumpul data melalui:

1. Observasi

Yaitu pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti. Adapun objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen Bina Swalayan. Dengan tujuan mengetahui bagaimana pengaruh lingkungan fisik dan kualitas pelayanan terhadap minat beli.

2. Wawancara

Metode ini menggunakan untuk melengkapi data yang belum terungkap dalam angket, mengenai gambaran konsumen dalam melakukan proses belanja,

dengan menggunakan pedoman sejumlah pertanyaan untuk memperoleh data yang menunjang penelitian ini.

3. Kuesioner

Merupakan pengumpulan data melalui penyebaran pertanyaan yang diajukan sehubungan dengan materi penelitian kepada responden yang telah terpilih. Sekala yang dipakai dalam penelitian ini adalah *skala Likert*.

Menurut Sugiyono (2010: 134), *skala Likert* adalah sekala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dimana dalam setiap jawaban responden, akan diberikan skor sebagai berikut:

Tabel 3.3
Pedoman Pemberian Skor

No	Pertanyaan	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang Setuju	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

Sebelum melakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji Validitas dan Reliabilitas, Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

3.6.1 Uji Validitas

Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data

yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (sugiyono 2010: 455)

Validitas berarti ketepatan atau kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Suatu test atau instrument pengukuran dapat dilakukan mempunyai validitas tinggi apabila alat ukur tersebut memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan diadakan penelitian tersebut.

Uji validitas digunakan pada peneliti ini dengan *product Moment*. Adapun rumus *Product Moment* adalah (anwar, 2009: 100):

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

R_{xy} = Nilai kolerasi *Product Moment*

N = banyak subjek

x = angka pada variabel pertama

y = angka pada variabel kedua

Perhitungan validitas ini menggunakan bantuan komputer program Analisis (SPSS). Bila r hitung validitas instrument lebih besar dari r tabel pada taraf signifikan 95% dan alpha 5% maka hasilnya valid. Tetapi bila r hitung validitas instrument lebih kecil dari r tabel maka hasilnya tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian. Suatu variabel dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu

ke waktu (Ghozali, 2011: 45)

Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha cronbach* 0-1. Jika skala itu dikelompokkan kedalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha *Cronbach* 0,00 s.d 0,20, berarti sangat tidak reliabel.
- 2) Nilai alpha *Cronbach* 0,21 s.d 0,40, berarti tidak reliabel.
- 3) Nilai alpha *Cronbach* 0,42 s.d 0,60, berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai alpha *Cronbach* 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel.
- 5) Nilai alpha *Cronbach* 0,80 s.d 2,00, berarti sangat reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen menggunakan analisis regresi linear berganda. Adapun yang menjadi teknik analisis data yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dan terikat dengan menggunakan statistik linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum data tersebut dianalisis, model regresi harus memenuhi syarat asumsi klasik, yang meliputi:

3.7.1.1 Uji Normalitas Data

Untuk pengujian normalitas data dalam penelitian ini dideteksi melalui analisa grafik dan statistic yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

1. Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell Shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data mencieng kekanan atau mencieng kekiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.
2. Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah:
 - a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.1.2 Uji Multikolinearitas.

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Jika terjadi kolerasi maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas.

Pedoman salah satu model yang bebas Multikolinearitas adalah:

1. Dengan melihat *Variance factor* (VIP) hitungannya, suatu model regresi dikatakan terbebas dari Multikolinearitas jika VIP-nya tidak lebih dari 10 dan nilai toleransi disekitar 1 atau mendekati 1.
2. Koefisien kolerasi antar variabel independen, dimana koefisien kolerasi antar variabel independen harus lemah ($<0,7$)
3. Nilai R yang menunjukkan nilai yang lebih kecil dari pada koefisien kolerasi simultan (R).

3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila varian tersebut menunjukkan pola tetap, maka tetap dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda tersebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Statistik *Glejser*. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisis:

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

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda.

Menurut Ghozali (2009: 53) Analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dan formula untuk metode analisis regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = dependen variabel (minat beli konsumen)

- a = konstanta
- β_1, β_2 = koefisien regresi
- e = standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%)
- x_1, x_2 = independen variabel (lingkungan fisik dan kualitas pelayanan)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji kebenaran hipotesis kedua langkah pertama yang dilakukan adalah pengujian secara parsial melalui uji t. Adapun rumusan hipotesis dengan menggunakan Uji t adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya variasi variabel bebas dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan terdapat pengaruh diantara dua variabel yang diuji.

$$H_a : b_1, b_2 > 0$$

Artinya variasi variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan terdapat pengaruh antara dua variabel yang diuji. Pengujian dilakukan melalui uji t dengan membandingkan t hitung (t_h) dengan t tabel (t_t) = 0,05. Apabila hasil perhitungan menunjukkan :

- a. $t_h > t_t$ maka H_0 ditolak H_a diterima

Artinya variasi variabel bebas dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan terdapat pengaruh diantara kedua variabel yang diuji.

- b. $t_h < t_t$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan terdapat pengaruh antara dua variabel yang diuji.

Untuk membuktikan hipotesis pertama, yaitu untuk mengetahui besarnya

pengaruh secara keseluruhan dihitung koefisien determinasi multiplena (R^2). Jika R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan mendekati 1 (satu), maka semakin kuat model tersebut dapat menerangkan variabel tergantungnya.

Kemudian dilakukan pengujian variasinya dengan uji f. Hipotesis diterima apabila tidak lebih besar dari t tabel ($t_h > t_t$) atau diperoleh harga $p < 0,05$.

Untuk membuktikan hipotesis kedua, masing-masing koefisien regresinya diuji dengan uji t. Hasil uji t bermakna apabila diperoleh t hitung lebih besar dari t tabel ($t_h > t_t$) atau diperoleh harga probabilitas signifikannya , 0.05. Untuk pengaruh yang dominan ditentukan oleh koefisien regresi terbesar.

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian/signifikasi regresi secara keseluruhan dengan rumusan hipotesis sebagai berikut.

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya variasi dari model regresi berhasil menerangkan variasi variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas (**variabel terikat**)

$$H_a : b_1 , b_2 > 0$$

Artinya variasi dari model regresi tidak berhasil menerangkan variasi variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas (**variabel terikat**).

Pengujian dengan uji F variansnya adalah dengan membandingkan F hitung (F_h) dengan F tabel (F_t) = 0,05 apabila hasil perhitungannya

menunjukkan:

- a. $F_h > F_t$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi dari model regresi berhasil menerangkan variasi variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas (variabel terikat)

- b. $F_h < F_t$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi dari model regresi tidak berhasil menerangkan variasi variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel tidak bebas (variabel terikat).

3.9.3 Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinan (*Adjusted R Square*) digunakan untuk melihat kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat dan proporsi variasi dari variabel terikat yang di terangkan oleh variasi dari variabel – variabel bebasnya. Jika R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variasi variabel terikat semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel terikat. Untuk mempermudah pengolahan data maka digunakan *SPSS 22.0 for windows*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa :

1. Lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Bina Swalayan Setia Budi Medan.
2. Lingkungan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Bina Swalayan Setia Budi Medan.
3. Berdasarkan hasil uji simultan dengan uji F, lingkungan fisik, kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Bina Swalayan Setia Budi Medan.
4. Seluruh variabel bebas, yakni variabel lingkungan fisik, kualitas pelayanan mampu mempengaruhi minat beli konsumen Bina Swalayan Setia Budi Medan sebesar 50,2%, sisanya sebesar 49,8% dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.

5.2 Saran

1. Kepada pihak Bina Swalayan Setia Budi Medan harus terus memperhatikan Lingkungan Fisik seperti pencahayaan yang kurang di bina swalayan membuat pelanggan tidak nyaman dalam berbelanja dan harus menambah lampu atau pencahayaan agar pelanggan nyaman dan puas berbelanja di Bina Swalayan Setia Budi Medan. Dan juga memperhatikan Kualitas Pelayanan dimana karyawan di Bina Swalayan Setia Budi Medan ini harus menambah pengetahuan masalah produk yang ditawarkan

sehingga dapat

memberikan penjelasan yang akurat dalam upaya meningkatkan minat beli. Begitu pula kepada pihak Bina Swalayan harus memperhatikan gimana pelanggan suka dan membeli barang di toko dengan keinginan diri sendiri tanpa dari teman ataupun kerabat. Seperti dalam kualitasnya yang baik dan harganya lebih miring dibanding swalayan lainnya. Hal tersebut dikarenakan, perkembangan yang semakin pesat mempengaruhi persepsi pelanggan.

2. Berdasarkan hasil penelitian ini peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya agar menambah jumlah variabel terkait minat beli. Hal ini dimaksudkan agar dapat diketahui lebih banyak lagi faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

Annafik, Aldaan Faikar. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha*. Universitas Diponegoro. Semarang

Basrah, S. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market*. Jurnal Riset Manajemen Vol.3, No.1 ,2012.Jakarta: FEUNJ.

Cahyani, Febby. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran Ikan Bakar Cianjur Cabang Manyar Surabaya*. ISSN : 2461-0593

Edivvy Inggga, Virgitasari. 2013. "*Pengaruh Serviscape Terhadap Kepuasan Konsumen dan Niat Beli Ulang Pelanggan(Studi Kasus pada Rumah Mode Pujha Yogyakarta)*". Other Thesis, UPN "Veteran" Yogyakarta.

Fandy Tjiptono. 2017, *Service, Quality dan Satisfaction*, Edisi Keempat, Penerbit: Andy: Yogyakarta

Ferninda Manopo. 2013. *Kualitas Pelayanan, dan Serviscape Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Grand Puri Manado*. Jurnal EMBA. Vol.1 No.4. ISSN 2303-1174, Desember 2013.

Hafidzi.2013. *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan Terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro)*. Dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis

Haromain, Imam. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi terhadap*

Pada Minat Beli Ulang.

Kusumah, RZ. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Waroeng Taman Singosari di Semarang.*

Laksono, Susilo Adityo. 2015. "pengertian minat beli dan faktor-faktor yang mempengaruhi menurut para ahli". (online).

(<http://aditolaksono26.blogspot.com>) diakses 20 April 2016

Limantoro, Eunieke. 2015. *Analisa Kepuasan Konsumen Remaja Terhadap Lingkungan Fisik, Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, dan Harga di Food Court Dan Fast Food Restaurant di Surabaya.* Universitas Kristen Petra

Roshita, Rahmi. 2017. *Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, dan Kenyamanan, Berbelanja Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada LotteMart Bekasi Junction.* Dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy 2017. *Service, Quality dan Satisfaction.* Edisi 4, Yogyakarta: Andi.

Vinda, Lurensia, W. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang pada Sturbucks Semarang.* Jurnal Riset Vol.4, No 4. Semarang: Universitas Diponegoro.

Lampiran 1
KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Lingkungan Fisik Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus : Konsumen Bina Swalayan Setia Budi Medan)”. Oleh sebab itu, kami mengharapkan bantuan dari Bapak/Ibu untuk memeberikan pendapat dan jawaban yanag sebenarnya. Atas kerjasamanya dan perhatiannya saya ucapkan

A. Data Responden

- Nomor Responden : (dikosongkan)
- Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- Umur : 17-25 26-35 35-45 >46
- Pekerjaan : BUMN/PNS Wiraswasta
 Pelajar/Mahasiswa Pegawai Swasta
 Lain-lain

B. Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah jawaban yang benar menurut Bapak/Ibu/Saudara/i.
2. Berilah tanda *check* (✓) pada jawaban yang paling sesuai menurut pendapat anda.

KETERANGAN :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KR = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

DAFTAR PERTANYAAN

No.	Minat Beli (Y)	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya berniat membeli produk yang ada di Bina Swalayan karna harga nya lebih murah dibanding Swalayan yang lain					
2.	Saya berniat membeli produk di Bina Swalayan karena setiap harga produk selalu dicantumkan dengan jelas					
3.	Saya berniat membeli produk di Bina Swalayan karena harga yang sesuai					
4.	Saya berniat membeli produk di Bina Swalayan karena produknya lengkap sesuai kebutuhan					
5.	Saya berkeinginan untuk terus dan selalu berbelanja di Bina Swalayan					
6.	Saya akan berkeinginan membeli produk di Bina Swalayan karena informasi dari teman dan kerabat saya.					
7.	Saya akan merekomendasikan toko Bina Swalayan kepada orang lain.					
8.	Saya akan terus kembali berbelanja di Bina Swalayan					

No.	Lingkungan Fisik (X ₁)	SS	S	KR	TS	STS
1.	Bina Swalayan selalu menjaga kebersihan produk-produk demi pelayanan yang maksimal.					
2.	Bina Swalayan mengutamakan kebersihan gerai demi menciptakan kenyamanan saat saya berbelanja.					
3.	Pencahayaan di Bina Swalayan membuat anda nyaman dan senang dalam berbelanja.					
4.	Pemcahayaan lampu Bina Swalayan sudah sesuai dan memadai.					
5.	Karyawan Bina Swalayan segera membantu konsumen yang menemukan kesulitan dalam berbelanja dengan segera.					

6.	Penampilan karyawan Bina Swalayan selalu terlihat rapih dan bersih.					
7.	Tata letak interior sudah sesuai sehingga anda leluasa bergerak saat belanja di dalam Bina Swalayan.					
8.	Bina Swalayan menata susunan produknya dengan rapi dan baik.					

No.	Kualitas Pelayanan (X ₂)	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan Bina Swalayan mampu memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan yang yang anda harapkan.					
2.	Kasir Bina Swalayan mampu melayani dengan cepat dan tepat sehingga mengurangi antrian.					
3.	Karyawan Bina Swalayan cepat dalam menangani kesulitan pelanggan dalam berbelanja.					
4.	Karyawan Bina Swalayan memberikan informasi yang akurat dan jelas kepada pelanggan.					
5.	Karyawan Bina Swalayan ahli dalam melayani pelanggan.					
6.	Karyawan Bina Swalayan memiliki pengetahuan tentang produk sehingga dapat memberikan penjelasan kepada anda tentang produk yang belum anda ketahui.					
7.	Karyawan Bina Swalayan sopan dan ramah dalam melayani pelanggan,					
8.	Karyawan Bina Swalayan memiliki kepedulian yang tinggi saat pelanggan berbelanja.					
9.	Bina Swalayan menyediakan peralatan dan perlengkapan yang dapat memudahkan pelanggan saat berbelanja.					
10.	Bina Swalayan memiliki fisik bangunan yang baik.					

Lampiran 2

TABULASI DATA KUESIONER UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL LINGKUNGAN FISIK (X₁)

No	ITEM PERTANYAAN (X ₁)								Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	4	2	4	3	3	3	3	27
2	4	5	4	5	4	3	4	5	34
3	4	4	4	4	3	3	3	3	28
4	2	3	2	2	2	2	2	2	17
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	4	4	4	4	3	3	3	30
7	2	3	2	2	2	2	2	2	17
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	5	5	4	5	3	4	4	35
10	4	3	5	4	3	4	4	3	30
11	4	4	3	4	4	4	4	3	30
12	5	5	3	4	2	2	2	2	25
13	4	4	5	3	4	4	5	3	32
14	4	3	5	3	3	3	4	4	29
15	2	3	2	2	2	2	2	2	17
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	4	3	5	4	3	4	4	3	30
18	4	3	5	4	3	4	4	3	30
19	2	3	2	2	2	2	2	2	17
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	4	4	4	4	4	5	4	4	33
22	4	5	4	5	4	5	5	4	36
23	4	3	2	4	4	5	4	4	30
24	2	3	2	2	2	2	2	2	17
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	2	3	2	2	2	2	2	2	17
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	2	3	2	2	2	2	2	2	17
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	4	4	4	5	5	5	5	5	37

**TABULASI DATA KUESIONER UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X₂)**

No	ITEM PERTANYAAN (X ₂)										Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	4	5	2	4	3	5	4	39
2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	36
3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	35
4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
6	3	5	4	3	3	4	4	4	4	5	39
7	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
8	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
9	3	3	3	4	5	5	5	4	3	5	40
10	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	43
11	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	39
12	5	3	4	5	3	3	5	4	4	4	40
13	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	46
14	3	4	4	4	5	5	4	3	3	3	38
15	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
16	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
17	4	4	3	3	5	5	4	3	4	3	38
18	4	3	3	5	5	5	2	2	5	3	37
19	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
20	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
21	5	4	4	3	4	4	5	3	4	3	39
22	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	40
23	5	5	3	4	4	2	4	4	4	5	40
24	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
25	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
26	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
27	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
28	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
29	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
30	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	43

**TABULASI DATA KUESIONER UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
VARIABEL MINAT BELI KONSUMEN (Y)**

No	ITEM PERTANYAAN (Y)								Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	5	4	5	4	2	4	4	32
2	4	4	4	5	5	2	5	5	34
3	5	4	3	5	4	5	4	5	35
4	2	3	2	2	2	2	2	2	17
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	3	3	4	5	3	2	4	4	28
7	2	3	2	2	2	2	2	2	17
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	4	5	4	4	3	2	4	5	31
10	3	4	5	4	5	4	5	4	34
11	4	5	4	4	3	2	4	5	31
12	5	4	5	2	4	4	3	5	32
13	4	4	3	3	5	5	4	4	32
14	4	3	2	4	4	5	5	4	31
15	2	3	2	2	2	2	2	2	17
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	4	3	3	5	5	4	4	33
18	3	4	5	3	4	4	5	4	32
19	2	3	2	2	2	2	2	2	17
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	4	4	3	2	4	5	32
22	4	4	5	5	4	4	5	5	36
23	4	5	4	5	5	4	4	4	35
24	2	3	2	2	2	2	2	2	17
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	2	3	2	2	2	2	2	2	17
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	2	3	2	2	2	2	2	2	17
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	5	5	4	5	4	2	4	3	32

Lampiran 3

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS LINGKUNGAN FISIK "X₁"

VALIDITAS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LK1	93.7333	636.616	.921	.985
LK2	93.6667	656.713	.748	.986
LK3	93.8667	636.257	.815	.986
LK4	93.8333	635.592	.938	.985
LK5	94.0667	636.616	.889	.985
LK6	94.0000	635.379	.871	.985
LK7	93.9333	634.340	.918	.985
LK8	94.1333	637.706	.869	.985
KP1	93.8333	636.213	.902	.985
KP2	93.8667	635.568	.907	.985
KP3	93.8000	657.959	.771	.986
KP4	94.0000	640.000	.835	.986
KP5	93.7667	635.289	.868	.985
KP6	93.8667	636.257	.815	.986
KP7	93.7667	635.013	.853	.985
KP8	94.3000	651.666	.830	.986
KP9	94.0667	650.892	.803	.986
KP10	93.9000	635.403	.882	.985
MB1	93.8000	636.303	.885	.985
MB2	93.5000	654.397	.829	.986
MB3	93.9000	636.783	.859	.985
MB4	93.8000	635.614	.836	.986
MB5	93.8333	635.730	.888	.985
MB6	94.2000	641.821	.671	.987
MB7	93.7333	634.961	.925	.985
MB8	93.6667	635.678	.887	.985

RELIABILITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.986	26

Lampiran 4

Tabulasi Data Interval Lingkungan Fisik (X1)

No	Lingkungan Fisik								Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	5	5	5	4	5	5	4	5	38
4	2	3	3	3	2	2	2	2	19
5	2	2	3	3	2	2	3	3	20
6	5	4	3	4	4	3	3	3	29
7	5	4	2	4	3	3	3	3	27
8	4	5	4	5	4	3	4	5	34
9	4	4	4	4	3	3	3	3	28
10	4	5	3	3	4	4	4	4	31
11	5	5	3	4	4	3	3	3	30
12	5	4	4	4	4	3	3	3	30
13	4	4	4	4	5	4	4	4	33
14	4	4	4	5	4	3	4	3	31
15	5	5	5	4	5	3	4	4	35
16	4	3	5	4	3	4	4	3	30
17	4	4	3	4	4	4	4	3	30
18	5	5	3	4	2	2	2	2	25
19	4	4	5	3	4	4	5	3	32
20	4	3	5	3	3	3	4	4	29
21	3	3	5	2	4	3	5	4	29
22	5	4	4	3	4	3	4	3	30
23	4	3	5	4	3	4	4	3	30
24	4	3	5	4	3	4	4	3	30
25	4	4	3	4	3	4	4	3	29
26	3	3	3	5	5	5	5	4	33
27	4	4	4	4	4	5	4	4	33
28	4	5	4	5	4	5	5	4	36
29	2	2	3	3	3	3	3	2	21
30	2	2	2	3	3	2	2	2	18
31	4	4	4	2	2	2	5	4	27
32	4	5	4	2	4	4	5	4	32
33	2	3	3	2	2	2	3	3	20
34	3	4	4	4	3	5	4	3	30
35	2	3	3	2	2	2	2	3	19
36	3	3	3	3	3	3	3	3	24
37	5	4	3	3	5	4	4	4	32

38	4	4	4	3	3	5	4	5	32
39	4	4	4	4	4	5	5	4	34
40	4	4	3	4	5	5	5	5	35
41	5	5	4	5	4	4	3	4	34
42	4	4	4	5	5	5	4	4	35
43	5	5	4	4	4	5	5	5	37
44	4	4	5	4	4	4	4	4	33
45	3	4	4	4	4	4	4	4	31
46	5	5	5	5	5	4	4	4	37
47	4	4	4	5	5	5	5	5	37
48	5	5	2	5	5	5	5	5	37
49	4	4	5	4	4	5	5	5	36
50	5	4	3	4	4	4	4	4	32
51	4	4	2	4	4	4	4	4	30
52	5	5	4	5	4	4	5	5	37
53	4	4	5	4	3	4	4	4	32
54	4	4	2	5	4	4	5	5	33
55	5	5	4	5	5	4	4	4	36
56	5	5	5	4	4	5	4	5	37
57	4	4	3	4	4	4	4	4	31
58	5	4	4	5	4	5	5	5	37
59	4	4	5	4	4	4	5	5	35
60	5	5	4	4	4	4	4	5	35
61	5	5	4	5	5	5	5	5	39
62	4	4	5	5	4	4	4	5	35
63	4	4	5	4	4	4	4	4	33
64	4	5	5	5	5	5	4	4	37
65	4	4	4	4	4	4	4	5	33
66	5	4	5	4	5	5	5	5	38
67	4	4	2	4	5	4	5	5	33
68	4	4	4	4	5	4	4	4	33
69	5	5	4	5	5	5	5	5	39
70	4	5	3	5	4	5	4	5	35
71	3	3	5	4	4	4	4	5	32
72	4	4	5	4	4	4	4	4	33
73	4	5	4	5	5	5	5	5	38
74	4	5	5	4	3	3	3	3	30
75	4	4	5	4	4	5	4	4	34
76	4	4	4	4	5	5	4	4	34
77	5	5	4	5	5	4	4	4	36
78	5	4	3	4	4	4	3	3	30
79	4	4	5	4	4	4	4	4	33
80	4	5	5	4	5	4	4	5	36

81	5	5	4	4	4	5	5	5	37
82	4	4	2	5	5	5	4	4	33
83	4	4	4	5	5	4	4	4	34
84	5	5	4	5	5	5	5	5	39
85	4	4	4	5	5	4	4	4	34
86	4	4	5	4	4	4	3	3	31
87	4	4	4	4	5	4	4	4	33
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40
89	4	4	4	5	4	4	5	5	35
90	4	3	2	3	4	3	3	4	26
91	4	4	5	5	5	5	4	4	36
92	4	4	4	4	4	5	4	5	34
93	5	5	4	5	5	5	4	5	38
94	4	4	5	4	4	5	5	5	36
95	5	5	5	5	4	4	4	5	37
96	4	4	4	5	5	5	5	4	36
97	4	4	5	4	4	4	4	4	33
98	5	5	5	5	5	4	4	5	38
99	5	4	4	4	5	5	4	5	36
100	4	4	4	4	4	4	4	5	33
101	5	4	5	5	4	5	5	5	38
102	4	4	4	4	4	5	5	4	34
103	4	4	4	4	3	4	4	4	31
104	5	5	4	4	4	5	4	4	35
105	4	4	5	4	5	4	5	4	35
106	4	4	4	4	4	4	5	4	33
107	5	4	5	4	5	4	5	4	36
108	5	5	3	5	5	5	5	5	38
109	4	4	5	4	4	5	5	5	36
110	4	4	4	5	4	4	5	5	35
111	4	4	5	5	5	5	4	5	37
112	4	4	4	4	4	4	5	5	34
113	5	5	4	4	5	5	5	5	38
114	4	4	4	5	4	4	4	4	33
115	5	5	4	5	5	4	4	4	36
116	3	4	4	4	5	5	3	3	31
117	4	4	4	4	5	5	5	4	35
118	5	4	5	4	4	4	4	5	35
119	5	5	4	5	4	4	4	4	35
120	4	4	3	4	5	5	5	4	34
121	5	5	5	4	4	4	5	5	37
122	4	5	5	5	4	4	4	5	36
123	4	4	4	4	4	4	4	4	32

124	5	4	4	4	4	5	5	5	36
125	5	5	4	5	5	4	4	4	36
126	4	4	2	4	4	5	5	5	33
127	5	4	4	4	4	4	4	4	33
128	5	5	2	5	5	5	5	5	37
129	4	5	4	5	4	4	4	4	34
130	4	4	1	4	4	4	4	4	29
131	5	5	3	4	4	4	5	5	35
132	4	5	5	5	4	4	4	4	35
133	3	4	4	3	3	4	4	3	28
134	4	4	5	4	5	5	5	4	36
135	4	4	3	4	4	4	5	5	33
136	5	5	3	5	5	5	5	5	38
137	4	4	4	4	5	4	4	5	34
138	4	4	4	4	4	4	4	4	32
139	5	5	2	5	4	4	5	5	35
140	5	5	3	5	5	5	5	5	38
141	4	4	4	4	4	4	5	4	33
142	5	5	4	4	4	4	4	4	34
143	5	5	5	5	5	4	4	5	38
144	5	5	4	4	4	4	4	5	35
145	5	5	3	5	5	5	4	5	37
146	4	4	2	4	4	4	5	4	31
147	5	5	4	4	4	5	5	5	37
148	4	4	4	4	4	5	4	4	33
149	4	4	3	4	4	5	5	5	34
150	5	5	4	5	5	4	4	5	37
151	3	4	3	4	4	3	4	3	28
152	4	4	4	4	5	5	4	4	34
153	5	5	3	5	5	4	4	5	36
154	5	5	3	4	4	4	4	4	33
155	4	5	4	5	5	4	4	5	36
156	5	5	4	5	5	4	5	5	38
157	5	5	5	4	4	5	4	4	36
158	5	5	4	5	4	4	5	4	36
159	5	4	3	4	4	5	5	5	35
160	4	4	4	4	5	5	4	4	34
161	4	4	3	4	4	4	4	4	31
162	3	4	4	4	4	4	4	3	30
163	4	5	4	5	4	5	5	5	37
164	4	4	4	4	4	4	5	4	33
165	5	4	3	5	5	4	4	5	35
166	5	5	2	5	5	4	4	5	35

167	5	4	2	4	4	5	4	5	33
168	4	4	3	4	5	5	4	5	34
169	4	4	3	4	4	4	4	5	32
170	3	4	3	3	3	4	4	4	28
171	5	5	4	4	4	4	5	4	35
172	4	4	3	4	5	5	5	4	34
173	5	5	4	5	5	4	4	5	37
174	5	5	3	4	4	4	5	4	34
175	5	5	4	4	4	5	5	5	37
176	4	5	3	5	4	4	5	5	35
177	5	5	4	4	4	4	4	4	34
178	5	5	4	4	4	4	5	5	36
179	4	4	4	5	5	4	4	5	35
180	5	5	4	4	4	5	5	5	37
181	4	4	3	4	5	5	4	4	33
182	5	5	3	5	4	4	4	4	34
183	2	3	3	2	2	2	3	3	20
184	2	3	3	2	2	2	2	2	18
185	5	4	3	4	5	5	4	4	34
186	3	4	4	4	4	3	4	4	30
187	5	5	4	5	4	4	5	5	37
188	4	4	3	5	5	4	4	5	34
189	5	5	4	4	4	5	5	5	37
190	5	4	3	4	5	4	4	4	33
191	5	5	2	5	5	5	5	5	37
192	4	4	4	4	5	5	4	4	34
193	5	5	3	5	4	4	5	5	36
194	5	5	2	4	4	5	5	5	35
195	5	5	4	5	5	5	5	4	38
196	5	5	3	5	5	5	5	5	38
197	4	4	4	4	5	5	4	5	35
198	4	4	4	4	4	4	4	5	33
199	5	5	3	4	4	4	4	4	33
200	5	5	2	5	5	4	4	5	35
201	5	5	3	5	5	5	5	5	38
202	4	4	4	5	5	5	4	5	36
203	5	5	5	4	4	5	5	4	37
204	5	5	2	4	4	4	5	5	34
205	5	5	4	5	5	5	5	5	39
206	5	4	4	5	5	5	5	5	38
207	4	4	4	4	4	4	5	5	34
208	5	5	3	5	5	5	5	5	38
209	5	5	5	4	4	4	5	5	37

210	4	4	4	5	5	4	4	4	34
211	4	4	3	4	5	5	5	4	34
212	5	5	2	4	4	4	5	5	34
213	4	4	4	4	3	4	4	5	32
214	4	4	4	4	4	4	5	5	34
215	4	4	2	5	5	5	4	4	33
216	4	4	4	5	5	4	4	5	35
217	5	5	3	5	4	4	4	4	34
218	4	4	4	4	4	4	4	4	32
219	5	5	5	5	5	5	5	4	39
220	4	4	3	5	5	5	5	5	36
221	5	5	4	5	4	4	4	4	35
222	5	5	3	5	5	5	5	5	38
223	4	4	2	4	4	5	5	5	33
224	4	4	4	4	5	4	5	5	35
225	5	5	4	5	5	5	5	5	39
226	4	4	2	4	5	5	4	4	32
227	5	5	2	4	4	4	5	5	34
228	3	4	4	4	4	4	3	3	29
229	5	5	4	5	5	4	5	5	38
230	4	4	4	5	5	4	4	4	34
231	5	5	3	4	4	4	5	5	35
232	5	5	4	4	4	5	5	4	36
233	4	4	2	4	4	4	4	4	30
234	5	5	3	5	5	5	5	5	38
235	4	4	3	4	5	5	5	4	34
236	5	5	4	4	4	5	4	4	35
237	5	5	4	5	5	5	5	5	39
238	4	4	3	5	4	4	4	5	33
239	5	5	3	5	5	5	5	5	38
240	4	4	4	4	5	5	5	4	35
241	5	5	4	5	5	5	4	4	37
242	5	5	3	4	5	5	4	4	35
243	5	5	4	4	4	4	4	4	34
244	4	4	4	4	4	4	4	4	32
245	4	4	3	5	5	5	4	5	35
246	5	5	5	5	5	5	5	4	39
247	5	5	3	4	4	5	5	5	36
248	4	4	4	5	4	5	5	4	35
249	5	5	5	4	4	5	4	4	36
250	4	5	3	5	5	5	5	5	37
251	5	5	2	5	4	5	4	5	35
252	4	3	3	4	3	4	4	4	29

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/11/20

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)19/11/20

253	5	5	4	4	4	4	5	5	36
254	4	4	4	4	5	5	4	4	34
255	4	4	4	4	5	5	4	5	35
256	5	5	4	5	5	5	5	5	39
257	4	4	4	5	5	4	4	5	35
258	5	5	2	5	4	4	4	4	33
259	4	5	4	5	5	4	4	5	36
260	5	5	3	5	5	4	4	5	36
261	4	4	3	4	4	5	5	4	33
262	5	5	4	4	4	5	5	4	36
263	4	5	3	5	5	5	5	5	37
264	5	4	3	4	4	5	5	4	34
265	5	5	4	4	5	5	4	4	36
266	5	5	4	5	5	5	4	4	37
267	4	4	3	4	5	5	5	4	34
268	5	5	4	4	4	5	5	4	36
269	5	4	4	5	5	4	5	5	37
270	4	4	4	4	5	5	5	5	36
271	4	3	3	4	3	4	4	4	29
272	5	5	4	5	5	4	5	5	38
273	4	4	4	4	4	5	5	5	35
274	5	5	4	4	4	4	5	5	36
275	4	4	3	4	5	4	4	4	32
276	4	4	4	4	4	5	5	5	35
277	4	4	3	4	4	4	4	4	31
278	5	5	4	4	4	4	5	5	36
279	4	4	3	5	5	5	4	5	35
280	5	5	5	5	4	4	4	4	36
281	4	4	3	5	4	4	5	5	34
282	5	5	4	5	4	4	5	4	36
283	5	4	4	4	4	5	4	5	35
284	5	5	4	5	4	4	4	5	36
285	5	5	3	5	5	5	5	5	38
286	4	4	3	5	4	5	4	4	33
287	4	4	4	4	5	5	5	5	36
288	5	5	2	4	5	4	4	5	34
289	4	4	4	5	4	4	4	4	33
290	5	5	3	5	5	4	4	5	36
291	4	3	4	4	3	4	4	4	30
292	5	5	4	5	4	4	4	5	36
293	5	5	5	4	5	5	5	5	39
294	5	5	3	5	5	5	5	5	38
295	4	4	3	5	5	5	4	5	35

296	5	5	4	5	4	5	5	4	37
297	5	5	3	5	4	4	5	4	35
298	4	4	4	5	5	4	4	5	35
299	5	5	2	4	5	5	5	4	35
300	5	5	4	5	5	5	4	4	37
301	5	5	3	5	4	4	4	4	34
302	5	5	4	5	5	5	5	5	39
303	5	5	4	5	5	5	5	5	39
304	5	5	3	4	4	5	5	4	35
305	4	4	3	4	4	4	4	4	31
306	4	5	4	4	4	4	5	5	35
307	5	5	3	4	5	5	5	4	36
308	4	4	4	5	5	5	5	5	37
309	5	5	4	5	5	4	4	4	36
310	4	3	5	4	3	4	4	3	30
311	4	4	3	4	4	4	4	4	31
312	5	5	4	5	4	4	5	4	36
313	4	4	4	5	5	4	4	5	35
314	5	5	4	5	5	4	4	5	37
315	4	4	4	4	4	5	4	4	33
316	4	4	3	4	4	4	4	4	31
317	5	5	4	5	4	4	5	5	37
318	5	5	3	5	5	5	5	5	38
319	5	4	4	5	5	4	4	4	35
320	5	4	4	5	5	4	4	5	36
321	5	5	4	5	5	5	5	5	39
322	4	4	5	4	5	4	5	5	36
323	4	4	3	4	4	4	4	4	31
324	5	5	4	4	4	4	5	5	36
325	5	5	4	4	5	5	4	5	37
326	2	3	3	2	2	2	3	3	20
327	3	3	3	2	2	2	2	2	19
328	5	4	4	5	4	5	5	4	36
329	5	5	4	5	5	5	4	4	37
330	4	4	3	5	5	5	5	4	35
331	4	4	4	4	4	4	4	4	32
332	5	5	4	4	5	4	4	5	36
333	5	5	3	5	5	5	5	5	38

Lampiran 5

Tabulasi Data Interval Lingkungan Fisik (X1)

no	Kualitas Pelayanan (X2)										Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	35
2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	35
3	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	43
4	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	24
5	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	26
6	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	41
7	4	4	4	4	5	2	4	3	5	4	39
8	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	36
9	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	35
10	5	4	3	5	4	3	4	4	3	3	38
11	4	4	4	3	5	3	5	4	3	4	39
12	3	5	4	3	3	4	4	4	4	5	39
13	4	3	3	3	5	4	5	5	5	5	42
14	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	43
15	3	3	3	4	5	5	5	4	3	5	40
16	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	43
17	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	39
18	5	3	4	5	3	3	5	4	4	4	40
19	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	46
20	3	4	4	4	5	5	4	3	3	3	38
21	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
22	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	39
23	4	4	3	3	5	5	4	3	4	3	38
24	4	3	3	5	5	5	2	2	5	3	37
25	5	5	3	5	2	3	4	3	4	4	38
26	4	4	4	4	3	3	5	4	3	5	39
27	5	4	4	3	4	4	5	3	4	3	39
28	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	40
29	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	23
30	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	23
31	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	40
32	4	5	5	4	3	4	4	5	4	3	41
33	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	23
34	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
35	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	23
36	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	43
37	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	23

38	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
39	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	42
40	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
41	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
42	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	24
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
44	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	27
45	4	5	4	5	5	4	4	2	3	4	40
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	41
48	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	22
49	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	47
50	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
51	4	3	5	4	4	2	3	4	5	5	39
52	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40
53	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
54	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	36
55	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	39
56	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	45
57	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	22
58	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	23
59	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	45
60	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
61	4	4	5	3	4	4	4	4	4	2	38
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	42
64	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	25
65	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	42
66	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	44
67	3	4	4	4	4	2	4	4	3	3	35
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
70	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	4	5	2	2	2	2	3	3	2	2	27
73	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
74	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
77	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
78	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
79	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	24
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

81	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	40
82	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	37
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	45
85	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	43
86	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
89	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
90	3	4	4	4	4	2	4	5	5	5	40
91	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
92	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
93	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
94	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
95	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
96	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
100	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
101	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
103	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
105	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
106	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
108	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
109	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
112	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	41
113	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
115	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
117	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
118	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
120	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40
121	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
122	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	45
123	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	24

124	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	28
125	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
126	3	4	4	4	5	2	4	4	4	4	38
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
128	5	5	5	5	4	2	4	4	4	5	43
129	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
130	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	36
131	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	43
132	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	24
133	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
134	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44
135	3	4	4	5	5	3	4	4	4	4	40
136	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
137	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
139	3	4	4	5	5	2	4	4	5	5	41
140	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
142	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
143	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
145	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	47
146	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4	41
147	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	43
148	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
149	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	42
150	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	39
151	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
152	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
153	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
154	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	41
155	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
156	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
157	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	44
158	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	45
159	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
160	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
161	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	42
162	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
163	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
164	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
165	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40
166	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	43

167	4	4	4	4	3	2	4	4	5	5	39
168	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
169	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
170	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	43
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
172	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	45
173	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	41
174	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	40
175	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
176	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
177	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	46
178	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
179	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	42
180	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
181	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	41
182	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	43
183	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	26
184	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	24
185	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	41
186	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
187	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
188	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40
189	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	44
190	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	42
191	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	34
192	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
193	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	43
194	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
195	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
196	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	40
197	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
198	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
199	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	41
200	5	4	4	4	5	2	4	4	4	4	40
201	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	41
202	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
203	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
204	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	42
205	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	44
206	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
207	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
208	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	43
209	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

210	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
211	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	43
212	3	4	4	4	4	2	4	5	4	4	38
213	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
214	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
215	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	42
216	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
217	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
219	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
220	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	42
221	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
222	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
223	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	37
224	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
225	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
226	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	42
227	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	36
228	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
229	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
230	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	24
231	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	40
232	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
233	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
234	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	46
235	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	43
236	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
237	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	47
238	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	41
239	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
240	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
241	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
242	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
243	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
244	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
245	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
246	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
247	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
248	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
249	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
250	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	23
251	5	5	4	4	4	2	4	4	5	4	41
252	3	5	5	5	5	4	4	5	5	4	45

253	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
254	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	41
255	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
256	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
257	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
258	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	36
259	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
260	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	40
261	5	5	4	4	4	3	4	3	5	4	41
262	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
263	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40
264	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	38
265	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
266	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
267	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
268	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	44
269	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
270	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
271	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	37
272	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
273	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	43
274	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
275	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	40
276	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
277	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	37
278	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
279	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	23
280	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
281	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38
282	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
283	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	44
284	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
285	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	40
286	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	37
287	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
288	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	37
289	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
290	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
291	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
292	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
293	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
294	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	37
295	4	4	4	4	4	3	4	2	5	4	38

296	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
297	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	47
298	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
299	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	36
300	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
301	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	40
302	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
303	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
304	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	40
305	5	5	4	4	5	3	4	3	5	4	42
306	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
307	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	40
308	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
309	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
310	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
311	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	41
312	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
313	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	41
314	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
315	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
316	5	5	4	4	4	3	4	3	5	4	41
317	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
318	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	42
319	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	47
320	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
321	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
322	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
323	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
324	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	42
325	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
326	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	24
327	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	24
328	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
329	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
330	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	40
331	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
332	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
333	5	5	5	4	4	3	4	2	5	5	42

Lampiran 6

Tabulasi Data Interval Minat Beli (Y)

No	Minat Beli (Y)								Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	4	3	4	3	4	3	4	28
2	3	4	4	4	5	5	4	5	34
3	4	4	5	4	5	4	4	5	35
4	3	3	2	2	2	2	2	2	18
5	2	3	3	2	2	2	2	3	19
6	5	4	5	5	4	4	4	4	35
7	4	5	4	5	4	2	4	4	32
8	4	4	4	5	5	2	5	5	34
9	5	4	3	5	4	5	4	5	35
10	4	4	5	5	5	4	3	3	33
11	5	4	4	5	3	4	5	4	34
12	3	3	4	5	3	2	4	4	28
13	5	5	5	5	4	3	4	4	35
14	5	4	5	5	3	1	2	4	29
15	4	5	4	4	3	2	4	5	31
16	3	4	5	4	5	4	5	4	34
17	4	5	4	4	3	2	4	5	31
18	5	4	5	2	4	4	3	5	32
19	4	4	3	3	5	5	4	4	32
20	4	3	2	4	4	5	5	4	31
21	5	5	4	3	4	5	3	5	34
22	5	4	5	4	4	4	3	5	34
23	5	4	3	3	5	5	4	4	33
24	3	4	5	3	4	4	5	4	32
25	4	4	4	4	4	5	4	3	32
26	4	4	3	3	3	4	5	5	31
27	5	5	4	4	3	2	4	5	32
28	4	4	5	5	4	4	5	5	36
29	3	2	2	3	3	3	2	2	20
30	2	2	2	3	3	2	2	2	18
31	4	3	4	4	5	4	4	5	33
32	5	4	4	5	5	3	4	5	35
33	3	2	2	2	2	2	2	2	17
34	3	4	5	4	3	4	4	4	31
35	2	3	3	2	2	2	2	2	18
36	5	5	4	5	4	2	4	3	32
37	4	5	5	3	3	3	4	4	31

38	5	4	4	4	4	3	4	4	32
39	5	4	5	4	4	3	4	4	33
40	4	4	5	4	5	4	4	4	34
41	5	4	4	5	4	3	4	3	32
42	4	5	4	4	4	3	2	3	29
43	4	4	5	4	3	4	4	4	32
44	5	4	3	4	4	2	3	4	29
45	4	4	3	3	4	4	4	4	30
46	5	4	3	5	5	3	4	4	33
47	4	5	4	5	3	4	5	2	32
48	3	4	4	5	2	4	4	2	28
49	4	3	4	4	5	3	4	4	31
50	5	5	4	4	2	3	4	4	31
51	5	4	5	4	5	4	5	5	37
52	4	4	5	5	3	4	4	4	33
53	4	5	4	3	4	4	5	5	34
54	5	5	5	5	4	2	4	4	34
55	5	4	5	5	5	5	4	4	37
56	4	3	4	4	4	4	3	3	29
57	3	3	4	4	3	3	4	4	28
58	4	3	3	5	3	4	3	3	28
59	4	4	4	4	4	4	3	4	31
60	4	4	3	5	5	3	5	5	34
61	3	4	4	5	3	4	4	5	32
62	5	5	4	4	5	5	5	5	38
63	5	5	4	4	5	4	4	4	35
64	4	4	4	5	4	3	3	3	30
65	5	4	5	4	4	4	4	4	34
66	4	4	4	4	4	3	4	3	30
67	5	4	4	4	1	5	5	3	31
68	5	4	4	4	4	4	4	4	33
69	5	4	4	5	4	4	4	4	34
70	5	4	4	5	4	4	4	4	34
71	4	4	5	3	4	5	4	5	34
72	4	4	5	4	3	4	4	3	31
73	5	4	4	5	4	4	4	4	34
74	4	3	4	5	4	3	4	3	30
75	5	4	4	5	3	3	4	3	31
76	5	4	4	4	4	4	4	4	33
77	3	4	5	5	4	4	5	4	34
78	4	5	4	4	4	5	4	4	34
79	5	4	5	4	3	4	3	2	30
80	3	4	5	5	4	4	5	4	34

81	4	4	5	5	4	5	4	5	36
82	5	3	5	4	3	5	4	4	33
83	4	4	4	5	5	4	5	4	35
84	5	4	5	5	4	4	3	3	33
85	3	4	3	5	4	4	5	5	33
86	4	3	4	4	4	4	5	2	30
87	3	4	4	4	1	2	4	3	25
88	4	3	4	5	4	4	4	4	32
89	4	4	4	4	4	5	4	4	33
90	5	5	4	4	4	5	5	4	36
91	5	5	4	4	4	5	5	5	37
92	5	4	4	4	5	4	3	3	32
93	4	4	5	5	4	4	3	3	32
94	4	5	4	4	4	4	4	4	33
95	5	4	5	5	3	4	3	4	33
96	4	3	3	5	4	4	5	4	32
97	4	5	4	4	4	5	5	5	36
98	5	4	4	5	5	4	5	4	36
99	4	4	4	4	4	5	3	4	32
100	3	4	4	4	5	4	5	4	33
101	4	3	5	5	5	4	3	4	33
102	3	3	5	4	5	4	4	5	33
103	4	4	4	4	4	3	4	3	30
104	4	4	4	5	4	5	4	5	35
105	5	5	5	4	5	4	5	5	38
106	5	5	5	4	4	5	4	5	37
107	4	4	5	4	5	4	4	5	35
108	5	4	4	5	4	5	5	4	36
109	5	4	4	4	4	5	5	5	36
110	4	4	4	4	5	5	4	4	34
111	4	4	4	4	5	4	5	4	34
112	5	5	4	4	4	5	5	5	37
113	4	5	4	4	4	4	5	4	34
114	4	5	4	4	5	4	4	4	34
115	4	4	4	5	4	4	4	4	33
116	5	5	5	4	5	5	5	5	39
117	4	5	4	4	5	5	5	5	37
118	5	5	4	4	5	4	5	4	36
119	4	4	4	5	4	4	4	4	33
120	4	5	5	4	4	4	5	5	36
121	5	4	4	5	4	4	4	5	35
122	4	4	5	5	5	4	4	4	35
123	3	3	3	4	3	4	4	4	28

124	4	4	3	4	4	3	4	4	30
125	5	5	5	5	5	5	5	5	40
126	5	4	4	4	5	4	5	3	34
127	3	4	4	4	5	5	5	4	34
128	4	5	4	5	4	4	5	5	36
129	5	4	4	5	5	4	4	3	34
130	4	4	5	4	5	4	4	4	34
131	4	4	5	4	5	4	5	5	36
132	4	4	4	5	3	2	4	3	29
133	4	5	4	3	4	4	4	4	32
134	4	4	4	4	5	4	5	5	35
135	4	5	4	4	4	4	5	5	35
136	5	5	5	5	4	4	5	5	38
137	5	5	4	4	4	5	4	5	36
138	5	4	4	4	4	3	4	5	33
139	4	4	4	5	3	3	4	3	30
140	5	4	5	5	5	4	5	4	37
141	4	4	5	4	4	5	4	5	35
142	4	4	4	5	4	3	3	1	28
143	5	5	5	5	5	4	5	5	39
144	5	5	5	4	5	5	5	5	39
145	5	5	5	5	5	4	5	5	39
146	4	4	5	4	4	4	5	5	35
147	5	5	5	4	4	4	4	4	35
148	5	5	4	4	5	5	4	4	36
149	4	5	4	4	5	5	5	5	37
150	4	3	3	5	4	3	4	5	31
151	5	5	4	3	4	3	3	3	30
152	4	3	4	4	4	5	5	5	34
153	5	5	5	5	5	5	5	5	40
154	4	4	4	5	4	4	4	4	33
155	4	4	4	5	5	4	4	5	35
156	5	4	5	5	5	4	5	5	38
157	5	5	4	5	5	4	4	4	36
158	4	4	4	5	4	3	4	4	32
159	4	3	3	4	5	3	4	4	30
160	5	4	4	4	5	4	5	5	36
161	4	4	4	4	4	3	4	4	31
162	5	5	5	3	4	4	4	5	35
163	5	4	5	5	4	5	5	5	38
164	4	4	4	4	5	5	4	5	35
165	5	5	5	4	5	5	5	5	39
166	4	4	4	5	4	4	4	4	33

167	5	4	4	4	4	4	4	4	33
168	5	4	5	4	5	5	5	5	38
169	5	4	4	4	5	4	4	4	34
170	4	4	5	3	5	4	5	5	35
171	4	4	4	5	4	4	5	5	35
172	4	4	4	4	4	4	4	4	32
173	5	5	4	5	5	5	4	5	38
174	5	5	4	5	4	5	5	4	37
175	4	4	4	4	5	4	4	5	34
176	5	4	4	5	5	4	5	5	37
177	4	4	4	5	4	5	4	4	34
178	5	4	5	5	4	4	5	5	37
179	4	4	4	4	4	4	5	4	33
180	5	5	5	4	5	5	5	5	39
181	4	4	4	4	4	5	4	5	34
182	4	4	4	5	4	3	4	4	32
183	2	2	2	3	3	3	3	3	21
184	3	3	2	2	3	3	2	2	20
185	5	4	4	4	4	5	4	5	35
186	5	5	4	3	4	4	5	4	34
187	4	3	4	5	4	3	4	4	31
188	4	4	4	4	4	4	4	4	32
189	4	4	4	5	4	5	4	4	34
190	5	5	4	4	4	4	4	5	35
191	4	4	5	5	4	5	4	4	35
192	4	4	4	5	5	4	4	4	34
193	5	5	5	5	5	5	4	5	39
194	4	4	3	4	5	3	4	4	31
195	4	4	4	5	5	4	5	4	35
196	5	5	4	5	4	5	4	4	36
197	5	5	4	4	4	4	4	5	35
198	4	3	4	4	4	4	4	4	31
199	5	5	4	4	5	5	5	5	38
200	4	4	4	5	4	5	5	5	36
201	4	4	4	5	4	4	4	5	34
202	5	5	5	4	4	5	4	4	36
203	5	5	5	5	5	5	5	5	40
204	4	4	4	4	4	5	5	4	34
205	5	5	4	5	5	5	5	5	39
206	4	4	4	5	4	5	4	5	35
207	5	5	5	4	5	5	5	5	39
208	4	4	4	5	5	5	4	4	35
209	4	4	4	4	5	2	4	3	30

210	5	4	4	4	5	4	4	4	34
211	4	4	4	4	4	4	5	5	34
212	4	4	5	5	4	4	4	5	35
213	4	4	4	3	4	4	4	4	31
214	5	5	4	4	5	5	4	5	37
215	4	4	4	5	4	4	4	4	33
216	3	4	4	5	5	5	5	4	35
217	5	5	5	5	4	4	5	5	38
218	4	4	4	4	5	5	5	5	36
219	5	5	4	5	5	4	4	4	36
220	4	4	4	4	5	4	4	4	33
221	5	5	5	5	5	4	4	5	38
222	5	4	4	5	5	4	4	3	34
223	4	5	5	4	4	4	5	5	36
224	4	4	4	4	4	4	4	4	32
225	5	5	4	5	4	5	4	4	36
226	5	5	5	4	4	4	4	4	35
227	4	4	5	5	5	4	4	4	35
228	5	5	5	3	4	4	5	5	36
229	4	4	4	5	5	5	4	4	35
230	4	3	4	5	4	3	4	4	31
231	5	5	4	5	4	4	4	5	36
232	4	4	4	5	5	5	4	5	36
233	5	5	5	4	5	5	5	5	39
234	4	4	4	5	5	4	4	4	34
235	5	5	5	4	4	5	5	5	38
236	4	4	4	4	5	4	4	4	33
237	5	5	4	5	4	4	4	4	35
238	4	4	4	5	4	4	4	4	33
239	5	4	4	5	5	5	5	5	38
240	4	4	4	4	4	5	4	4	33
241	5	5	5	5	4	4	4	4	36
242	5	5	5	4	4	4	5	5	37
243	4	4	4	5	4	4	5	4	34
244	5	4	5	4	5	5	5	5	38
245	4	4	4	4	5	4	4	4	33
246	5	5	5	5	4	4	5	4	37
247	4	4	4	5	5	4	4	5	35
248	5	5	4	5	5	5	4	4	37
249	4	5	5	5	5	5	4	5	38
250	3	4	3	5	4	4	3	3	29
251	4	4	4	5	4	4	5	5	35
252	5	5	5	4	5	4	5	4	37

253	5	5	5	5	5	5	5	5	40
254	4	4	4	4	5	5	4	5	35
255	4	4	4	4	4	4	4	4	32
256	5	5	5	5	4	5	5	5	39
257	4	4	5	4	5	4	4	4	34
258	5	5	5	5	4	5	4	4	37
259	4	4	5	5	5	4	5	4	36
260	5	5	5	4	4	4	5	5	37
261	5	4	4	4	4	5	5	4	35
262	4	4	4	5	5	4	5	5	36
263	5	5	5	5	4	4	5	5	38
264	4	4	4	4	5	5	5	4	35
265	5	5	4	4	4	5	5	4	36
266	4	4	4	5	5	5	4	4	35
267	4	4	4	4	4	4	4	4	32
268	5	4	4	5	4	4	5	4	35
269	5	4	4	4	4	5	5	4	35
270	5	5	5	4	4	4	5	5	37
271	4	4	5	4	4	4	5	4	34
272	4	4	5	5	4	4	4	5	35
273	5	5	5	4	4	4	5	5	37
274	5	5	5	5	5	4	4	4	37
275	5	5	5	4	4	5	5	5	38
276	4	4	4	5	4	4	5	5	35
277	5	5	5	4	5	4	4	5	37
278	5	5	5	5	4	4	4	4	36
279	3	4	4	4	4	4	4	3	30
280	5	5	5	5	4	4	5	4	37
281	4	4	4	4	4	4	5	5	34
282	4	5	5	5	5	4	4	5	37
283	5	5	5	4	4	5	5	4	37
284	5	5	5	5	4	5	5	5	39
285	5	4	4	5	4	5	5	5	37
286	4	4	4	5	5	5	4	4	35
287	5	4	4	4	5	4	4	4	34
288	5	5	5	4	5	5	4	5	38
289	4	4	5	5	4	4	5	4	35
290	5	5	5	5	4	4	5	4	37
291	4	4	4	4	4	4	4	4	32
292	3	4	3	5	4	4	4	3	30
293	4	4	5	5	4	4	5	5	36
294	5	5	5	5	5	5	5	5	40
295	5	4	4	5	5	5	4	4	36

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/11/20

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)19/11/20

296	5	4	5	5	5	4	4	5	37
297	5	4	4	5	4	5	5	4	36
298	5	5	5	4	4	4	4	5	36
299	5	5	4	4	4	4	5	5	36
300	4	4	4	4	4	5	5	5	35
301	4	3	4	5	4	4	3	4	31
302	5	4	4	5	4	4	5	5	36
303	5	5	5	5	5	4	5	5	39
304	5	5	4	4	5	5	4	4	36
305	5	4	4	4	4	5	5	4	35
306	4	4	4	5	5	4	4	5	35
307	5	5	5	4	4	5	5	4	37
308	4	4	4	4	5	5	5	4	35
309	5	5	4	5	5	5	4	5	38
310	5	5	4	4	5	5	4	4	36
311	4	4	4	4	5	5	5	4	35
312	5	5	5	5	4	5	4	4	37
313	4	4	4	4	5	4	4	4	33
314	5	5	5	5	4	4	5	5	38
315	4	4	4	4	4	4	4	4	32
316	4	4	5	4	4	4	4	5	34
317	5	5	5	5	4	4	5	5	38
318	4	4	4	5	5	4	4	4	34
319	5	5	4	4	5	5	5	5	38
320	5	4	4	4	5	5	4	4	35
321	5	5	4	5	4	5	4	4	36
322	5	5	5	4	5	5	5	5	39
323	4	4	4	4	5	5	5	4	35
324	4	4	4	5	5	4	4	5	35
325	5	5	5	5	5	4	4	5	38
326	2	2	3	3	3	2	2	2	19
327	2	3	3	2	2	3	3	2	20
328	4	4	4	4	5	5	4	4	34
329	5	4	4	5	4	5	4	5	36
330	4	4	5	5	4	5	4	4	35
331	5	5	4	4	5	4	4	4	35
332	5	5	5	5	5	5	4	5	39
333	4	5	4	5	5	5	5	5	38

Lampiran 7

Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.986	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LK1	93.7333	636.616	.921	.985
LK2	93.6667	656.713	.748	.986
LK3	93.8667	636.257	.815	.986
LK4	93.8333	635.592	.938	.985
LK5	94.0667	636.616	.889	.985
LK6	94.0000	635.379	.871	.985
LK7	93.9333	634.340	.918	.985
LK8	94.1333	637.706	.869	.985
KP1	93.8333	636.213	.902	.985
KP2	93.8667	635.568	.907	.985
KP3	93.8000	657.959	.771	.986
KP4	94.0000	640.000	.835	.986
KP5	93.7667	635.289	.868	.985
KP6	93.8667	636.257	.815	.986
KP7	93.7667	635.013	.853	.985
KP8	94.3000	651.666	.830	.986
KP9	94.0667	650.892	.803	.986
KP10	93.9000	635.403	.882	.985
MB1	93.8000	636.303	.885	.985
MB2	93.5000	654.397	.829	.986
MB3	93.9000	636.783	.859	.985
MB4	93.8000	635.614	.836	.986
MB5	93.8333	635.730	.888	.985
MB6	94.2000	641.821	.671	.987
MB7	93.7333	634.961	.925	.985
MB8	93.6667	635.678	.887	.985

Lampiran

Statistik

Deskriptif

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 19/11/20

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)19/11/20

P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
LK1	0	0	9	2.7	14	4.2	153	45.95	157	47.15	333	100
LK2	0	0	3	0.9	20	6.01	162	48.65	148	44.44	333	100
LK3	1	0.3	28	8.41	93	27.93	159	47.75	52	15.62	333	100
LK4	0	0	9	2.7	14	4.2	175	52.55	135	40.54	333	100
LK5	0	0	10	3	22	6.61	161	48.35	140	42.04	333	100
LK6	0	0	11	3.3	17	5.11	165	49.55	140	42.04	333	100
LK7	0	0	6	1.8	18	5.41	168	50.45	141	42.34	333	100
LK8	0	0	6	1.8	30	9.01	142	42.64	155	46.55	333	100

P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
KP1	0	0	14	4.2	47	14.11	176	52.85	96	28.83	333	100
KP2	0	0	11	3.3	24	7.21	203	60.96	95	28.53	333	100
KP3	0	0	13	3.9	29	8.71	211	63.36	80	24.02	333	100
KP4	0	0	14	4.2	28	8.41	214	64.26	77	23.12	333	100
KP5	0	0	19	5.71	21	6.31	202	60.66	91	27.33	333	100
KP6	1	0.3	43	12.91	83	24.92	150	45.05	56	16.82	333	100
KP7	0	0	16	4.8	24	7.21	208	62.46	85	25.53	333	100
KP8	0	0	23	6.91	40	12.01	184	55.26	86	25.83	333	100
KP9	0	0	16	4.8	21	6.31	187	56.16	109	32.73	333	100
KP10	0	0	22	6.61	19	5.71	194	58.26	98	29.43	333	100

P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
MB1	0	0	6	1.8	25	7.51	150	45.05	152	45.65	333	100
MB2	0	0	5	1.5	27	8.11	188	56.46	113	33.93	333	100
MB3	0	0	7	2.1	23	6.91	189	56.76	114	34.23	333	100
MB4	0	0	7	2.1	20	6.01	155	46.55	151	45.35	333	100
MB5	2	0.6	7	2.1	29	8.71	169	50.75	126	37.84	333	100
MB6	1	0.3	18	5.41	34	10.21	171	51.35	109	32.73	333	100
MB7	0	0	10	3	23	6.91	175	52.55	125	37.54	333	100
MB8	1	0.3	12	3.61	30	9.04	156	46.99	133	40.06	333	100

Lampiran Uji Normalitas

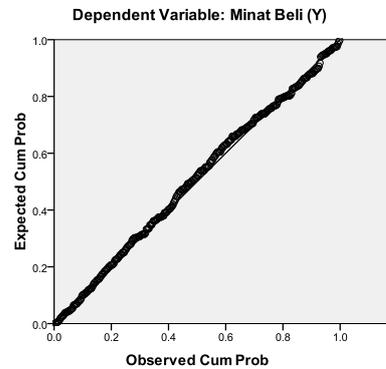
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		333
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.33195876
Most Extreme Differences	Absolute	.038
	Positive	.025
	Negative	-.038
Kolmogorov-Smirnov Z		.701
Asymp. Sig. (2-tailed)		.710

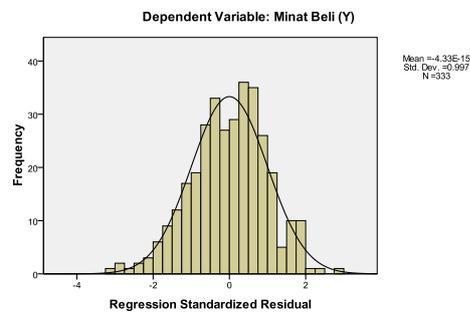
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram

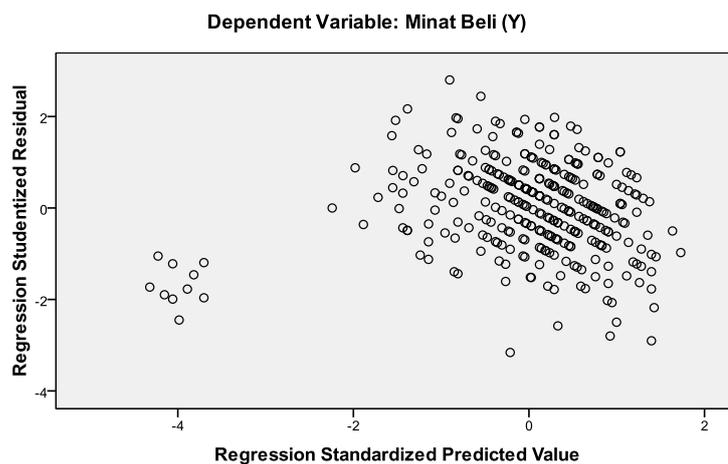


Lampiran Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Lingkungan Fisik (X1)	.802	1.247
	Kualitas Pelayanan (X2)	.802	1.247

Lampiran Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.000	.167		-.002	.999
	Lingkungan Fisik (X1)	-.001	.041	-.002	-.028	.977
	Kualitas Pelayanan (X2)	.002	.033	.003	.050	.960

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

Lampiran Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan (X2), Lingkungan Fisik (X1) ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.502	.499	.33296

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Lingkungan Fisik (X1)

b. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.833	2	18.416	166.116	.000 ^a
	Residual	36.585	330	.111		
	Total	73.418	332			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Lingkungan Fisik (X1)

b. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.085	.177		6.135	.000		
	Lingkungan Fisik (X1)	.445	.044	.444	10.235	.000	.802	1.247
	Kualitas Pelayanan (X2)	.313	.035	.388	8.953	.000	.802	1.247

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Lampiran T Tabel dan F Tabel

fx =FINV(E4;C4;D4)			
C	D	E	F
df1	df2	Tingkat Signifikansi	F Tabel
2	330	0.05	3.023093

fx =TINV(D4;C4)		
C	D	E
Df	Tingkat Signifikansi	t Tabel
330	0.05	1.967179

BINA SWALAYAN

Jl. Setia Budi No. 283 Medan. Telp. 061-8216047, 8212103 fax 061-8215931

SURAT KETERANGAN

Bina Swalayan dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : Risa Anggraeni
NPM : 168320046
Alamat : Jl. Setia Budi Gg. Tengah No. 52 Tanjung Sari
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Universitas Medan Area

Telah melaksanakan penelitian di swalayan kami pada bulan Februari.

Adapun hasil penelitian digunakan untuk kepentingan ilmiah dalam penulisan skripsi sebagai syarat kelulusan Program Strata S-1 yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami buat agar dipergunakan sebaik-baiknya.

Medan, Februari 2020

Marudut Silalahi
(Pemilik)