

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1.1 Hasil Penelitian

##### A. Profil objek penelitian

###### 1. Profil PT Javas Tripta Sejahtera Ponorogo

*PT Javas Tripta Sejahtera Ponorogo ialah suatu distributor atau perusahaan yang bergerak di bidang marketing pemasaran produk jamu herbal yang terletak di JL Biak No 10 Ponorogo. Yang dimiliki oleh ibu Carla Diana awalnya PT Javas Tripta Sejahtera Ponorogo masih sebuah CV, lalu seiring berjalannya waktu pada tahun 2014 naik menjadi PT. Dengan banyaknya permintaan konsumen akan permintaan produk tersebut sehingga pada tahun 2017 ada penambahan delivery mobil dan salesman baru yang awalnya cuma ada 2 salesman dan 1 delivery mobil sekarang menjadi 3 salesman dan 2 delivery mobil. Seiring perkembangan zaman dan persaingan yang ketat di dunia distribusi marketing di bidang yang sama ibu Carla memutuskan membeli kontrakan baru yang lebih luas dan penambahan armada mobil Grandmax baru ditambah 1 unit mobil dan 2 salesman baru, sekarang menjadi 3 delivery mobil dan 5 salesman di support 4 admin kantor dibagi 4 bidang admin.*

###### 2. Visi dan Misi

*Menjadi perusahaan distribusi terbaik yang unggul dalam jaringan distribusi, sumber daya manusia terlatih dan pemanfaatan system informasi teknologi tepat guna.*

3. *Gambaran umum kemasan produk Pilkita*

*PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo mengimplementasikan kemasan Pilkita yang kompetitif dengan pesaingnya. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan, berikut ini ialah tabel kemasan Pilkita :*

*Tabel 3.1*

*Gambaran Produk*

<i>NO</i>	<i>NAMA PRODUK</i>	<i>KEMASAN</i>
<i>1.</i>	<i>Pilkita Tablet box</i>	<i>Dus isi 50 bungkus @ 2 tablet</i>
<i>2.</i>	<i>Pilkita Tablet renceng</i>	<i>Renceng isi 20 bungkus @ 2 tablet</i>
<i>4.</i>	<i>Pilkita syrup</i>	<i>Dus isi 12 sachet @ 15 ml</i>

*Gambaran umum harga jual Pilkita dari salesman ke outlet ritel*

*Pemberian harga jual ke outlet yang diberikan PT.Javas Tripta Sejahtera Ponorogo yang kompetitif dengan para pesaingnya hal itu bertujuan agar meningkatkan dan juga mempertahankan pelanggan. Harga jual salesman ke outlet ritel untuk produk Pilkita tablet 92.500/box isi 50 strip. Selain itu ada pemberian harga grosir kepada outlet yang melakukan pembelian dengan minim 1 karton akan mendapatkan potongan 4,5% harganya menjadi 90.000/box, hal ini dilakukan sebagai bentuk upaya PT. Javas Tripta Sejahtera dalam meningkatkan daya beli outlet ke salesman.*

5. *Gambaran umum promosi Pilkita ke pelanggan*

*Dalam bentuk upaya dalam bersaing di dunia distribusi PT Javas Tripta Sejahtera Ponorogo melakukan berbagai upaya cara satu diantaranya promosi. Biasanya promosi dilakukan melalui berbagai media elektronik mulai dari iklan di TV, radio, dan media sosial dengan itu calon konsumen yang belum tahu jadi mengerti akan manfaat produk Pilkita. Ada cara promosi lain yakni melakukan event pasar atau grebek pasar pembagian sampel produk Pilkita kepada calon konsumen sehingga calon konsumen bisa merasakan langsung rasa dan manfaat produk Pilkita tersebut secara langsung.*

**6. Gambaran Umum komunikasi efektif salesman ke outlet**

*Dalam hal ini komunikasi seorang salesman ke pada outlet sangatlah penting untuk menunjang produktivitas seorang salesman maka seorang salesman harus wajib melakukan komunikasi yang baik. Salesman diberikan fasilitas berupa katalog produk untuk memudahkan outlet memahami produk yang ditawarkan sambil salesmannya menjelaskan manfaat produk tersebut, harga jual ke konsumen, dan aturan minum produk Pilkita.*

**B. Deskripsi Responden**

**1. Berdasarkan Jenis Kelamin**

*Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada table 3.2 berikut.*

*Tabel 3.2*

*Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin*

		<i>Jumlah</i>	<i>Percent</i>
<i>Valid</i>	<i>a. Laki-laki</i>	38	25,3
	<i>b. Perempuan</i>	112	74,7
	<i>Total</i>	150	100,0

*Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021*

Responden jenis kelamin laki-laki sejumlah 38 orang\_atau 25,3 % dan responden perempuan sejumlah 112 orang\_atau memiliki presentase sebesar 74,7%. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden Perempuan lebih banyak dari responden Laki-laki.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo banyak outlet ritel dengan jenis kelamin Perempuan untuk melakukan pembelian produk Pilkita.

## 2. Berdasarkan Umur

Berdasarkan hasil penyebaran angket yang sudah diolah dengan bantuan software SPSS, diperoleh hasil dari persebaran dari responden berdasarkan umur dalam penelitian ini dapat dilihat pada X tabel 3.3. sebagai berikut :

Tabel 3.3

Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

		Jumlah	Percent
Valid	a. 15 – 25 Tahun	10	6,7
	b. 26 - 36 Tahun	42	28,0
	c. 37 keatas	98	65,3
	Total	150	100,0

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021

Tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa responden umur diantara 15 – 25 tahun sejumlah 10 orang\_atau 6,7%. Responden dengan usia 26 – 36 tahun sejumlah 42 orang atau 28,0 %. Responden dengan 37 ke atas sejumlah 98 orang atau 65,3%. Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo di dominasi oleh pelanggan

yang memiliki umur diantara 37 tahun keatas. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan PT. Javas Tripta Sejahteraa Ponorogo banyak yang sudah tua qquntuk melakukan pembelian produk Pilkita.

### 3. Berdasarkan Penghasilan

Tingkat penghasilan yang dimiliki oleh responden sangat variatif. Untuk detailnya terjabarkan pada table 3.4 berikut:

Tabel 3.4  
Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan

		Jumlah	Percent
Valid	a. Kurang dari Rp. 1.000.000	38	25,3
	b. Rp.1.000.001 – Rp. 2.000.000	52	34,7
	c. Rp.2.000.001 – Rp. 3.000.000	33	22,0
	d. Rp.3.000.001 – Rp. 4.000.000	16	10,7
	e. Diatas dari Rp 4.000.000	11	7,3

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021

Responden dengan penghasilan kurang dari Rp. 1.000.000 sejumlah 38 orang\_atau 25,3%. Responden dengan penghasilan Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000 sejumlah 52 orang atau 34,7%. Responden dengan penghasilan Rp. 2.000.001 – Rp. 3.000.000 sejumlah 33 orang atau 22,0%. Responden dengan penghasilan Rp. 3.000.001 – Rp. 4.000.000 sejumlah 16 oranggatau 10,7%. Responden dengan penghasilan diatas Rp. 4.000.000 sejumlah 11 orang atau 7,3% Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden dengan penghasilan kurang dari Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000 lebih mendominasi.

## C. Deskripsi Tanggapan Responden

### 1. Tanggapan Responden Variabel Komunikasi Efektif (X1)

*Analisis deskriptif jawaban responden tentang variabel Komunikasi Efektif Salesman (X1) didasarkan jawaban responden atas pernyataan – pernyataan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang sudah disebarakan kepada responden pelanggan PT.Javas Tripta Sejahtera Ponorogo. Variasi jawaban responden variabel Komunikasi Efektif Salesman (X1) dapat dilihat pada tabulasi data pada lampiran 2 Berikut rekapitulasi tanggapan responden pada variabel Komunikasi Efektif Salesman (X1):*

*Tabel 3.5*

*Tanggapan Responden Variabel Komunikasi Efektif Salesman (X1)*

No	Pernyataan	SKOR					TOTAL		Rata - Rata
		ST S (1)	T S (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Responde n	Scor e	
1	X1.1	0	1	21	89	39	150	616	4,11
2	X1.2	0	5	32	88	25	150	583	3,89
3	X1.3	0	2	37	78	33	150	592	3,95

*Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021*

*Pernyataan pertama (X1.1) yakni salesman PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memiliki komunikasi yang baik dengan outlet. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan sebesar 4,11 sedangkan total skor sebesar 616 dengan total*

responden sebanyak 150 sehingga didapatkan jawaban yakni sebanyak 1 responden menjawab mengutarakan Tidak Setuju, sebanyak 21 responden menjawab mengutarakan Netral, sebanyak 89 responden menjawab mengutarakan Setuju, sedangkan responden menjawab mengutarakan Sangat Setuju, sebanyak 39. Berasaskan hal tersebut di atas disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengutarakan setuju terhadap pernyataan yang berbunyi Salesman PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo melakukan komunikasi yang baik dengan outlet..

Pernyataan Kedua (X1.2) yakni Salesman PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan informasi tentang manfaat produk Pilkita dengan jelas. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan sebesar 3,89 sedangkan total skor sebesar 583 dengan total responden sebanyak 150 sehingga didapatkan jawaban yakni sebanyak 5 responden menjawab mengutarakan Tidak Setuju, sebanyak 32 responden menjawab mengutarakan Netral, sebanyak 88 responden menjawab mengutarakan setuju, sedangkan sebanyak 25 responden menjawab mengutarakan sangat setuju. Sehingga berdasarkan hal tersebut di atas disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengutarakan setuju terhadap pernyataan yang berbunyi Salesman PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan informasi tentang manfaat produk Pilkita dengan baik.

Pernyataan Ketiga (X1.3) yakni Salesman PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo mendengarkan atau mengerti kebutuhan outlet

dan keinginan outlet. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan sebesar 3,95 sedangkan total skor sebesar 592 dengan total responden sebanyak 150 sehingga didapatkan jawaban yakni sebanyak 2 responden menjawab mengutarakan Tidak Setuju, sebanyak 37 responden menjawab mengutarakan Netral, sebanyak 78 responden menjawab mengutarakan setuju, sedangkan sebanyak 33 responden menjawab mengutarakan sangat setuju. Sehingga berasaskan hal tersebut di atas disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengutarakan setuju terhadap pernyataan yang berbunyi Salesman PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo mendengarkan atau mengerti kebutuhan outlet dan keinginan outlet.

## 2. Tanggapan Responden Variabel Harga (X2)

Tanggapan responden mengenai Variabel Harga (X2) didasarkan jawaban responden atas pernyataan – pernyataan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang sudah disebarakan kepada responden pelanggan PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo. Variasi jawaban responden Variabel Harga (X2) dapat di lihat pada tabulasi data. Berikut rekapitulasi tanggapan responden pada Variabel Harga (X2)

Tabel 3.6

Tanggapan Responden Variabel Harga (X2)

N	Pernyataan	SKOR					TOTAL		Rata - Rata
		ST S (1)	T S (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Responde n	Scor e	
O	n								



1	X2.1	0	1	20	84	45	150	623	4,15
2	X2.2	0	1	7	88	54	150	645	4,30
3	X2.3	0	0	26	95	29	150	603	4,02

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021

Berdasarkan pernyataan pertama (X2.1) yakni PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memiliki harga produk Pilkita terjangkau. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan sebesar 4,15 sedangkan total skor sebesar 623 dengan total responden sebanyak 150 sehingga didapatkan jawaban yakni sebanyak 1 responden menjawab mengutarakan Tidak Setuju, sebanyak 20 responden menjawab mengutarakan Netral, sebanyak 84 responden menjawab mengutarakan setuju, sedangkan sebanyak 45 responden menjawab mengutarakan sangat setuju. Berdasarkan hal tersebut diatas disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengutarakan setuju terhadap pernyataan yang berbunyi PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memiliki harga produk Pilkita yang terjangkau.

Pernyataan kedua (X2.2) yakni PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan harga produk Pilkita yang sudah sesuai dengan yang ditentukan. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan sebesar 4,30 Total skor sebesar 645 dengan total responden sebanyak 150 sehingga didapatkan jawaban yakni sebanyak 1 responden menjawab mengutarakan Tidak Setuju, sebanyak 7 responden menjawab mengutarakan Netral, ssebanyak 88 responden menjawab mengutarakan Setuju, sedangkan 54 responden menjawab mengutarakan Sangat Setuju. Berdasarkan hal tersebut diatas disimpulkan bahwa

sebagian besar responden mengutarakan setuju terhadap pernyataan yang berbunyi yakni PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan harga produk Pilkita yang sudah sesuai dengan yang sudah ditentukan.

Pernyataan ketiga (X2.3) yakni PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan harga produk sesuai dengan manfaat yang saya terima. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan sebesar 4,02 sedangkan total skor sebesar 603 dengan total responden sebanyak 150 sehingga didapatkan jawaban yakni sebanyak 26 responden jawaban mengutarakan Netral, sebanyak 95 responden menjawab mengutarakan setuju, sedangkan sebanyak 29 responden menjawab mengutarakan sangat setuju. Berdasarkan hal tersebut diatas disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengutarakan setuju terhadap pernyataan yang berbunyi yakni PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan harga produk Pilkita sesuai dengan manfaat yang diterima.

### **3. Tanggapan Responden Variabel Promosi (X3)**

Tanggapan responden tentang Variabel promosi (X3) didasarkan jawaban responden atas pernyataan – pernyataan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang sudah disebarakan kepada outlet PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo. Variasi jawaban responden Variabel Promosi (X3) dapat di lihat pada tabulasi data. Berikut rekapitulasi tanggapan responden pada Promosi (X3):

Tabel 3.7

## Tanggapan Responden Variabel Promosi (X3)

No	Pernyataan	SKOR					TOTAL		Rata - Rata
		ST S (1)	T S (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Responde n	Scor e	
1	X3.1	0	5	29	99	17	150	578	3,85
2	X3.2	10	53	50	31	6	150	420	2,80
3	X3.3	18	60	40	32	0	150	386	2,57

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021

Berdasarkan pernyataan pertama (X3.1) yakni PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo melakukan promosi produk Pilkita langsung dengan outlet. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan sebesar 3,85 sedangkan total skor sebesar 578 dengan total responden sebanyak 150 sehingga didapatkan jawaban yakni sebanyak 5 responden menjawab mengutarakan Tidak Setuju, sebanyak 29 responden menjawab mengutarakan Netral, sebanyak 99 responden menjawab mengutarakan setuju, sedangkan 17 responden menjawab mengutarakan Sangat Setuju. Berdasarkan hal tersebut diatas disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengutarakan setuju terhadap pernyataan yang berbunyi PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo melakukan promosi produk Pilkita langsung ke outlet.

Pernyataan kedua (X3.2) yakni PT.Javas Tripta Sejahtera Ponorogo melakukan promosi produk pilkita melalui media sosial dan iklan. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan

sebesar 2,80 sedangkan total skor sebesar 420 dengan total responden sebanyak 150 sehingga didapatkan jawaban yakni sebanyak 10 responden menjawab mengutarakan Sangat tidak setuju, sebanyak 53 responden menjawab mengutarakan Tidak setuju, sebanyak 50 responden menjawab mengutarakan Netral, sebanyak 31 responden menjawab mengutarakan Setuju, sedangkan sebanyak 6 responden menjawab mengutarakan Sangat Setuju. Berdasarkan hal tersebut diatas disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengutarakan Tidak Setuju terhadap pernyataan yang berbunyi PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo melakukan promosi produk Pilkita melalui media sosial dan iklan.

Pernyataan ketiga (X3.3) yakni PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan support sampel produk Pilkita kepada outlet. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan sebesar 2,57 sedangkan total skor sebesar 386 dengan total responden sebanyak 150 sehingga didapatkan jawaban yakni sebanyak 18 responden menjawab mengutarakan Sangat tidak setuju, sebanyak 60 responden menjawab mengutarakan Tidak setuju, sebanyak 40 responden menjawab mengutarakan Neral, sedangkan sebanyak 32 responden menjawab mengutarakan Setuju berdasarkan hal tersebut diatas disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengutarakan Tidak Setuju terhadap pernyataan yang berbunyi PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan support sample produk Pilkita kepada outlet.

#### 4. Tanggapan Responden Variabel Minat Beli Outlet Reail (Y)

Tanggapan responden tentang Variabel Minat Beli Outlet Retail (Y) didasarkan jawaban responden atas pernyataan – pernyataan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang sudah disebarakan kepada responden pelanggan PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo. Variasi jawaban responden Variabel Minat Beli Outlet Retail (Y) dapat dilihat pada tabulasi data. Berikut rekapitulasi tanggapan responden pada Variabel Minat Beli Outlet Retail (Y) :

Tabel 3.8

Tanggapan Responden Variabel Minat Beli Outlet Retail (Y)

No	Pernyataan	SKOR					TOTAL		Rata - Rata
		ST S (1)	T S (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Responde n	Scor e	
1	Y.1	0	1	22	9	18	150	634	3,96
2	Y.2	0	4	37	78	31	150	586	3,91
3	Y.3	0	8	48	70	24	150	207	3,73

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021

Pada tabel 3.8 dapat menjelaskan jawaban dari responden berdasarkan item-item pernyataan variabel Minat Beli Outlet Retail (Y) yakni:

Berdasarkan pernyataan pertama (Y.1) yakni Saya menjadi berminat untuk membeli produk Pilkita dari PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo sebab sudah sesuai dengan harapan. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan sebesar 3,96 sedangkan total skor sebesar 634 dengan total responden sebanyak 150 sehingga

didapatkan jawaban yakni sebanyak 1 responden menjawab mengutarakan Tidak Setuju, sebanyak 22 responden menjawab mengutarakan Netral, sebanyak 119 responden menjawab mengutarakan Setuju, sedangkan sebanyak 18 responden menjawab mengutarakan Sangat Setuju. Berdasarkan hal tersebut diatas disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengutarakan setuju terhadap pernyataan yang berbunyi Saya menjadi berminat untuk membeli produk Pilkita dari PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.

Pernyataan kedua (Y.2) yakni Saya Akan melakukan pembelian kembali di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan sebesar 3,91 sedangkan total skor sebesar 586 dengan total responden sebanyak 150 sehingga didapatkan jawaban yakni sebanyak 8 responden menjawab mengutarakan Tidak setuju, sebanyak 48 responden menjawab mengutarakan Netral, sebanyak 70 responden menjawab menyatakan Setuju, sedangkan sebanyak 24 responden menjawab Sangat Setuju. Berdasarkan hal tersebut diatas disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengutarakan setuju terhadap pernyataan yang berbunyi saya akan melakukan pembelian kembali di PT. Javas Tripta Sejahtera.

Pernyataan ketiga (Y.3) yakni saya akan merekomendasikan PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo ke orang lain. Pernyataan tersebut mempunyai rata-rata jawaban atas pernyataan sebesar 3,73 sedangkan total skor sebesar 207 dengan total responden sebanyak 150 sehingga didapatkan jawaban yakni sebanyak 8 responden menjawab

mengutarakan Tidak setuju, sebanyak 48 responden menjawab mengutarakan Netral, sebanyak 70 responden menjawab mengutarakan Setuju, sedangkan sebanyak 24 responden menjawab mengutarakan Sangat Setuju Sehingga berdasarkan hal tersebut diatas disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengutarakan setuju terhadap pernyataan yang berbunyi saya akan merekomendasikan PT. Javas Tripta Ponorogo ke orang lain.

## **A. Uji Instrumen**

### **1. Uji Validitas**

Dalam pandangan Sugiyono (2017:121) Uji Validitas ialah ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Teknik uji yang dipakai ialah teknik korelasi melalui koefisien korelasi product moment. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut valid, sedangkan jika negatif maka item yang tersebut tidak valid dan akan dikeluarkan dari kuesioner atau digantikan dengan pernyataan perbaikan. Kriteria Pengujian : a)  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, b)  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini dinyatakan valid dengan taraf kepercayaan 5%, dimana  $(N-2) 150-2 = 146$  didapatkan ini nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0.1348. Berdasarkan data dari tabel 3.5 sampai 3.8 dengan menggunakan rumus validitas dengan bantuan software SPSS berikut ialah hasil uji validitas :

Tabel 3.9

Uji Validitas

Variabel	Item	T Hitung	T Tabel	Keterangan
<b>Komunikasi Efektif (X1)</b>	X1.1	0,778	0.1348	<b>Valid</b>
	X1.2	0,844	0.1348	<b>Valid</b>
	X1.3	0,800	0.1348	<b>Valid</b>
<b>Harga (X2)</b>	X2.1	0,860	0.1348	<b>Valid</b>
	X2.2	0,796	0.1348	<b>Valid</b>
	X2.3	0,834	0.1348	<b>Valid</b>
<b>Promosi (X3)</b>	X3.1	0,467	0.1348	<b>Valid</b>
	X3.2	0,889	0.1348	<b>Valid</b>
	X3.3	0,834	0.1348	<b>Valid</b>
<b>Minat Kosumen (Y)</b>	Y1	0,784	0.1348	<b>Valid</b>
	Y2	0,921	0.1348	<b>Valid</b>
	Y3	0,865	0.1348	<b>Valid</b>

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021

Tabel 3.9 diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai r-hitung untuk masing – masing butir pernyataan kuesioner Komunikasi Efektif (X1), Variabel Harga (X2), Variabel Promosi (X3), dan Variabel Minat Beli Outlet Retail (Y) ialah lebih besar dari nilai r-tabel yakni 0.1348. Berdasarkan data pada table 3.9 maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan untuk masing-masing variabel dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan **valid**”.



## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ialah untuk mengukur suatu kuesioner yang ialah indikator dari variable atau konstruk (Ghozali, 2016:45). Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dipakai uji statistic Cronbach Alfa ( $\alpha$ ). Suatu variable dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach's Alfa  $> 0,60$  sedangkan, jika sebaliknya data tersebut dikatakan tidak reliable (Ghozali, 2016:45-46). Kriteria pengukuran yakni a) Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari 0,60 maka kuisioner tersebut reliabel, b) Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari 0,60 maka kuisioner tersebut tidak reliabel. Berdasarkan data dari tabel 3.5 sampai 3.8 dengan menggunakan rumus Uji Reliabilitas dengan bantuan software SPSS berikut ialah hasil Uji Reliabilitas :

Tabel 3.10

### Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's_Alpha	Kriteriaa	Ket
Komunikas Efektif (X1)	0,733	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,774	0,60	Reliabel
Promosi (X3)	0,614	0,60	Reliabel
Minat Konsumen (Y)	0,813	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2021

Tabel 3.10 diatas\_dapat diketahui hasil uji reliabilitas terlihat bahwa nilai koefisien\_Alpha untuk masing-masing variabel yakni

Variabel Komunikas Efektif (X1) sebesar 0,733, Variabel Harga (X2) sebesar 0,774, Variabel Promosi (X3) sebesar 0,614 dan Minat Beli Outlet Retail (Y) sebesar 0,813 lebih besar dari 0.60. hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini dinyatakan **reliabel**.

## B. Uji Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya ialah suatu studi untuk mempelajari keterkaitan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen, dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2016). Pada penelitian ini variabel yang akan diukur yakni Komunikasi Efektif Salesman (X1), Variabel Harga (X2), dan Variabel Promosi (X3) terhadap Minat Beli Outlet Retail (Y). Berdasarkan data dari tabel 3.5 sampai 3.8 dengan menggunakan rumus Analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan software SPSS berikut ialah hasil uji Analisis Regresi Linier Berganda :

Tabel 3.11 Analisis Regresi Linier Berganda

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
		<i>Unstandardized</i>		<i>Standardized</i>		
		<i>Coefficients</i>		<i>Coefficients</i>		
<i>Model</i>		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
<i>1</i>	<i>(Constant)</i>	7.454	,1676		4,447	,000
	<i>Total.X1</i>	,183	,087	,171	2,098	,038
	<i>Total.X2</i>	,108	,095	,093	1,139	,257
	<i>Total.X3</i>	,067	,075	,073	892	,374

a. Dependent Variable: Total.Y

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti, 2021

Persamaan regresi liner berganda untuk pengaruh Variabel Komunikasi Efektif salesman ( $X_1$ ), Variabel Harga ( $X_2$ ), dan Variabel Promosi ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli Outlet Retail ( $Y$ ) ialah sebagai berikut :

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

$$Y = 7,454 + 0,183X_1 + 0,108X_2 + 0,67X_3$$

Berdasarkan pengujian regresi liner berganda pada tabel 3.11 Diperoleh persamaan regresi liner berganda yang menunjukkan makna sebagai berikut:

a. Konstanta ( $a$ ) = 7,454

Artinya jika Komunikasi Efektif ( $X_1$ ), Variabel Harga ( $X_2$ ), dan Variabel Promosi ( $X_3$ ) nilainya ialah 0, maka Minat Beli outlet retail ( $Y$ ) nilainya sebesar 7,454 satuan

b. Nilai Koefisien Variabel Komunikasi Efektif ( $X_1$ )  $b_1 = 0,183$  satuan

Artinya apabila nilai Variabel Komunikasi Efektif ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel independen lain bersifat tetap, maka Minat Beli Outlet Retail ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,183 satuan

c. Nilai Koefisien Variabel Harga ( $X_2$ )  $b_2 = 0,108$  satuan

Artinya apabila nilai Variabel Harga ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel independen lain bersifat tetap, maka Minat Beli Outlet Retail ( $Y$ ) akan mengalami kenaikan sebesar 0,108 satuan

d. Nilai Koefisien Variabel Promosi ( $X_3$ )  $b_3 = 0,67$  satuan

Artinya apabila nilai Variabel Promosi (X3) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel independen lain bersifat tetap, maka Minat Beli Outlet Retail (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,67 satuan

## 2. Analisis Koefisien Diterminasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:87). Nilai koefisien determinasi ialah antara 0 (nol) sampai 1 (satu). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:87). Berdasarkan data dari tabel 3.5 sampai 3.8 dengan menggunakan rumus Analisis Koefisien Diterminasi dengan bantuan software SPSS berikut ialah hasil uji Analisis Koefisien Diterminasi ( $R^2$ ) :

Tabel 3.12

Analisis Koefisien Diterminasi

<b>Model Summary</b>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,213 <sup>a</sup>	,045	,026	,1.772
<i>a. Predictors: (Constant), Total.X3, Total.X1, Total.X2</i>				

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti, 2021

Berdasarkan table 3.12 output Model Summary di atas dapat dilihat nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0.45 yang menunjukkan besaran pengaruh Variabel Komunikasi Efisien ( $X_1$ ), Variabel Harga ( $X_2$ ), dan Variabel Promosi ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli Outlet Retail ( $Y$ ) di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo sebesar 45% sisanya 55% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

### C. Uji Hipotesis

#### 1. Uji T

Uji statistik  $T$  menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dan dipakai untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2016:88). Langkah – langkah menentukan tingkat signifikansinya ialah sebagai berikut; a) Apabila nilai  $T$  hitung  $> T$  tabel atau nilai signifikansinya  $\leq 0.05$  maka hipotesis ( $H_a$ ) diterima. Hal ini artinya secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. b) Apabila nilai  $T$  hitung  $< T$  tabel atau nilai signifikansinya  $> 0.05$  maka hipotesis ( $H_a$ ) ditolak. Hal ini artinya secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Cara mengetahui tingkat pengaruh secara persial dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Nilai  $t_{tabel}$  pada taraf signifikasi 0,05 dan  $(df - 2)$   $150 - 2 = 1,97635$ . ( $R^2$ ). Berdasarkan data dari tabel 3.5

sampai 3.8 dengan menggunakan rumus Uji T dengan bantuan software SPSS berikut ialah hasil Uji T :

Tabel 3.13

Hasil Uji T

*Tabel 3.13 Analisis Regresi Linier Berganda*

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>1</i>	<i>(Constant)</i>	7.454	,1676		4,447	,000
	<i>Total.X1</i>	,183	,087	,171	2,098	,038
	<i>Total.X2</i>	,108	,095	,093	1,139	,257
	<i>Total.X3</i>	,067	,075	,073	892	,374

*a. Dependent Variable: Total.Y*

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 3.13 diatas berikut penjelasannya :

1. Pengaruh Variabel Komunikasi Efektif (X1) Terhadap Variabel Minat Beli Outlet Retail (Y) di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo

Berdasarkan pada tabel 3.13 diatas pada Variabel Komunikasi Efektif (X1) kolom t hitung dan signifikan (tabel\_coefisien) didapatkan nilai t hitung 2,098 > t-tabel sebesar 1,97635 dengan nilai signifikansi (sig) 0.038 < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Komunikasi Efektif (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Variabel Minat Beli Outlet Retail (Y) di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.

2. Pengaruh Variabel Harga (X2) Terhadap Variabel Minat Beli Outlet Retail (Y) di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo

Berdasarkan pada tabel 3.13 diatas pada Harga (X2) kolom *t* hitung dan signifikan (tabel\_coefisien) didapatkan nilai *t* hitung  $1,139 < t\text{-tabel}$  sebesar  $1,97635$  dengan nilai signifikansi (sig)  $0,257 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Harga (X2) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Variabel Minat Beli Outlet Retail (Y) di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.

3. Pengaruh Variabel Promosi (X3) Terhadap Minat Beli Outlet Retail (Y) di PT, Javas Tripta Sejahtera Ponorogo

Berdasarkan pada tabel 3.13 di atas pada Variabel Promosi (X3) kolom *t* hitung dan signifikan (tabel\_coefisien) didapatkan nilai *t* hitung  $0,892 < t\text{-tabel}$  sebesar  $1,97635$  dengan nilai signifikansi (sig)  $0,374 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Promosi (X3) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Variabel Minat Beli Outlet Retail (Y) di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.

**2. Uji F**

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2016:88). Uji statistik F dipakai untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara

bersama-sama terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2016:88). Cara mengetahui tingkat pengaruh variabel Variabel Komunikasi Efektif (X1), Variabel Harga (X2), dan Variabel Promosi (X3) terhadap Minat Beli Outlet Retail (Y) secara bersama-sama (serempak) ialah dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ .

Nilai  $F_{tabel}$  pada taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ). Adapun berikut perhitungannya :

$$F_{Tabel} = (df1 ; df2)$$

$$F_{Tabel} = (k-1 ; n-k)$$

$$F_{Tabel} = (4-1 ; 150-4)$$

$$F_{Tabel} = (3 ; 146)$$

Berdasarkan data dari tabel 3.5 sampai 3.8 dengan menggunakan rumus Uji F dengan bantuan software SPSS berikut ialah hasil uji Uji F :

Tabel 3.14

Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>							
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	u	Regression	21,763	3	7,254	2,311	0,79 <sup>b</sup>
		Residual	458,237	146	3,139		
	s	Total	480,000	149			
a. Dependent Variable: Total.Y							
b. Predictors: (Constant), Total.X3, Total.X1, Total.X2							

umber : Data Diolah Oleh Peneliti, 2021

Berdasarkan pada tabel 3.14 diatas pada Variabel Komunikasi Efektif (X1), Variabel Harga (X2), dan Variabel Promosi (X3) secara



*bersama-sama terhadap Minat Beli Outlet Retail (Y) dapat dilihat pada kolom F hitung dan signifikansi (tabel coefisien) didapatkan nilai F hitung  $2,311 > F$  tabel  $0,1353$  sebesar dengan\_nilai signifikansi (ssigg)  $0.79^b < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa\_Variabel Komunikasi Efektif (X1), Variabel Harga (X2), dan Variabel Promosi (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Outlet Retail (Y) di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.*

## **1.2 Pembahasan**

### *1. Pengaruh Komunikasi Efektif Salesman Terhadap Minat Beli Outlet Retail di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo*

*Berdasarkan hasil penelitian pada regresi linier berganda yang menunjukkan pada 3.11 apabila nilai Variabel Komunikasi Efektif salesman mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel independen lain bersifat tetap, maka minat konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,183.*

*Berdasarkan tabel 3.13 pada Komunikasi Efektif kolom t hitung dan signifikan (tabel\_coefisien) didapatkan nilai t hitung  $2,098 > t$ -tabel sebesar  $1,97635$  dengan\_nilai signifikansi (sig)  $0.038 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Komunikasi Efektif berpengaruh positif signifikan terhadap Variabel Minat Beli Outlet Retail di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.*

*Hal tersebut membuktikan bahwa salesman PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo melakukan komunikasi dengan baik ke outlet. Selain itu sudah memberikan komunikasi yang sudah sesuai dengan standart dan*

ketentuan yang diberikan. Item pernyataan yang mendapatkan skor tertinggi terkait komunikasi efektif oleh responden penelitian ini ialah Salesman PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo melakukan komunikasi yang baik dengan outlet. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dengan outlet menjadi kunci utama sehingga menjadi satu diantara faktor konsumen berminat membeli produk pilkita di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo, item pernyataan yang dapat nilai terendah ialah Salesman PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan informasi tentang manfaat produk Pilkita dengan jelas.

Hal ini sesuai dengan teori, Pelaksanaan kegiatan komunikasi kepada konsumen dalam perusahaan dilakukan secara formal atau resmi. Namun saat ini banyak perusahaan yang mempraktikan kegiatan komunikasi kepada konsumen secara informal sehingga perusahaan dapat menggali informasi mendalam dari kosumen ( Sumber penulis buku Joko Rizkie Widokarti dan Donni Juni Priansa tentang Komunikasi, 2018)

## 2. Pengaruh Variabel Harga ( $X_2$ ) Terhadap Variabel Minat Beli Outlet Retail ( $Y$ ) di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo

Berdasarkan hasil penelitian pada regresi linier berganda yang menunjukkan pada 3.13 apabila nilai Variabel Harga ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel independen lain bersifat tetap, maka Minat Beli Outlet Retail akan mengalami kenaikan sebesar 0,108.

Berdasarkan tabel 3.13 pada variabel Harga kolom  $t$  hitung dan signifikan (tabel\_coefisien) didapatkan nilai  $t$  hitung  $1,139 < t$ -tabel

sebesar 1,97635 dengan nilai signifikansi (sig)  $0.257 > 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Harga tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Variabel Minat Beli Outlet Retail di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.

Hasil penelitian menunjukkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Artinya minat beli outlet retail pada produk Pilkita tidak dipengaruhi faktor harga. Disebabkan adanya penurunan kebutuhan akan produk Pilkita dari konsumen dan berkurangnya khasiat produk Pilkita itu sendiri maka manfaat yang diterima konsumen kurang memuaskan, serta beralihnya minat konsumen ke produk yang lain dengan jenis yang sama dan memberi manfaat jauh lebih baik. Item pernyataan dari harga yang mendapat skor tertinggi dari responden ialah PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan harga produk Pilkita yang sudah sesuai dengan yang ditentukan distributor. Item pernyataan dari harga yang terendah ialah PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan harga produk Pilkita sesuai dengan manfaat yang diterima.

### 3. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Outlet Retail PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.

Berdasarkan hasil penelitian pada regresi linier berganda yang menunjukkan pada 3.13 apabila nilai Variabel Promosi mengalami kenaikan sebesar satu satuan, sementara variabel independen lain bersifat tetap, maka Minat Konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,67.

Berdasarkan tabel 3.13 pada Variabel Promosi kolom  $t$  hitung dan signifikan (tabel\_coefisien) didapatkan nilai  $t$  hitung  $0,892 < t$ -tabel sebesar  $1,97635$  dengan nilai signifikansi (sig)  $0,374 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa Promosi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Outlet Retail di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.

Hasil penelitian menunjukkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli outlet retail. Artinya minat beli outlet retail pada produk Pilkita tidak dipengaruhi faktor promosi. Disebabkan kurang maksimalnya promosi yang dilakukan karena tidak memanfaatkan di era teknologi saat ini baik melalui media sosial maupun iklan di TV. Promosi lebih mengandalkan pemasangan poster produk di outlet tanpa didukung promosi melalui media teknologi serta kurangnya performa dari salesman yang tidak pernah memberikan promosi berupa support sample produk kepada konsumen, akibatnya menurunnya minat beli konsumen karena kurang efektifnya promosi yang diterapkan. Item pernyataan Promosi yang mendapat skor tertinggi ialah PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo melakukan promosi produk Pilkita langsung dengan outlet. Item pernyataan Promosi terendah PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo memberikan support sample Pilkita kepada outlet.

#### 4. Pengaruh Komunikasi Efektif salesman, Harga, Promosi Terhadap Minat Beli Outlet Retail di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo

Berdasarkan pengujian regresi liner berganda pada tabel 3.13 menunjukkan bahwa Komunikasi Efektif, Harga, Promosi Terhadap Minat

*Beli Outlet Retail* nilainya ialah 0, maka *Minat konsumen (Y)* nilainya sebesar 7,454.

*Sedangkan Berdasarkan table 3.12 output Model Summary diatas dapat dilihat nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,45 yang menunjukkan besaran pengaruh Komunikasi Efektif, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Outlet Retail di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo sebesar 45% sisanya 55% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dalam faktor harga disebabkan adanya penurunan kebutuhan akan produk Pilkita dari konsumen dan berkurangnya khasiat produk Pilkita itu sendiri maka manfaat yang diterima konsumen kurang memuaskan, serta beralihnya minat konsumen ke produk yang lain dengan jenis yang sama dan memberi manfaat jauh lebih baik. Di dalam faktor promosi . Disebabkan kurang maksimalnya promosi yang dilakukan karena tidak memanfaatkan di era teknologi saat ini baik melalui media sosial maupun iklan di TV. Promosi lebih mengandalkan pemasangan poster produk di outlet tanpa didukung promosi melalui media teknologi serta kurangnya performa dari salesman yang tidak pernah memberikan promosi berupa support sample produk kepada konsumen, akibatnya menurunnya minat beli beli outlet retail karena kurang efektifnya promosi yang diterapkan .*

*Berdasarkan pada tabel 3.14 diatas pada Variabel Komunikasi Efektif (X1), Variabel Harga (X2), dan Variabel Promosi (X3) secara bersama-sama terhadap Minat Beli Outlet Retail (Y) dapat dilihat pada kolom F hitung dan signifikasi (tabel coefisien) didapatkan nilai F hitung  $2,311 > F$  tabel 0,1353 sebesar dengan\_nilai signifikasi (ssigg)*

$0.79^b < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Komunikasi Efektif (X1), Variabel Harga (X2), dan Variabel Promosi (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Outlet Retail (Y) di PT. Javas Tripta Sejahtera Ponorogo.

