

**PENGARUH SIKAP DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DEXTER PESHOP
KOTA JAMBI**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Universitas Batanghari Jambi

OLEH

NAMA : Hemiranikawati
NIM : 1900861201046
KONSENTRASI : Manajemen Pemasaran

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Komisi Pembimbing Skripsi Serta Ketua Program Studi Manajemen menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh:

Nama : Hemiranikawati
Nim : 1900861201046
Prodi : Ekonomi Manajemen
Judul : **Pengaruh Sikap dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Dexter Petshop Kota Jambi**

Dapat dan telah memenuhi syarat dan layak untuk di uji pada ujian komperhensif sesuai dengan prosedur yang berlaku pada Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

Dosen Pembimbing I



Pupu Sopini, SE, MM

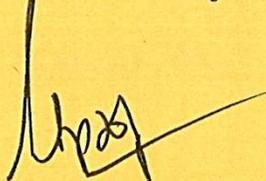
Jambi, Februari 2025

Dosen Pembimbing II



Riko Mappedeceng, SE, MM

Ketua Prodi Manajemen



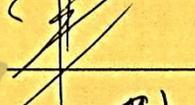
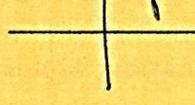
Dr. Hana Tamara Putri, SE, MM

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini dipertahankan di depan tim penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi, pada :

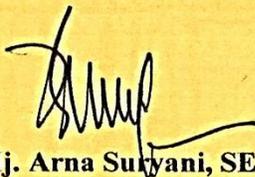
Hari : Jum'at
Tanggal : 7 Maret 2025
Jam : 09.00 – 11.00
Tempat : Ruang Sidang 1 Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi

PANITIA PENGUJI

NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
Hj. Susilawati, SE, MSi	Ketua	
Riko Mappadeceng, SE, MM	Sekretaris	
Anaseputri Jamira, SE, MM	Penguji Utama	
Pupu Sopini, SE, MM	Anggota	

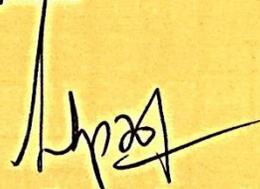
Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari



Prof. Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.AK, AK, CA

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hana Tamara Putri, S.E., M.M

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Hemiranikawati
Nim : 1900861201046
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : “ Pengaruh Sikap dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Dexter Petshop Kota Jambi”

Dengan ini penulis menyatakan bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bahwa data-data yang penulis cantumkan pada skripsi ini adalah benar bukan hasil rekayasa, bahwa skripsi ini adalah karya orisinil bukan hasil dari plagiarism atau diupahkan pada pihak lain. Jika terdapat karya atau pemikiran orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas agar tidak terjadi kesalahpahaman.

Demikian pernyataan yang saya buat ini dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapatnya penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diberikan karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari tempat saya menimba ilmu. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jambi, Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Hemiranikawati

NIM. 1900861201046

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat dan kasih sayangnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Sikap dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Dexter Petshop Kota Jambi”**. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya ada banyak bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu tanpa mengurangi rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada Tuhan semesta alam dan kepada kedua orang tua, dan teman-teman yang telah memberikan doa baik yang tulus. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Ibu Afdalisma, S.H., M.Pd. selaku Pjs Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Arna Suryani, S.E., M.Ak. AK.,CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi
3. Ibu Dr. Hana Tamara Putri SE. MM, selaku Ketua Prgoram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari
4. Ibu Pupu Sopini, SE, MM selaku Pembimbing Skripsi 1 yang selalu memberi bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Riko Mappedeceng, SE, MM selaku Pembimbing Skripsi II yang dengan sabar dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen-dosen Fakultas Ekonomi yang telah membimbing dalam proses perkuliahan di Universitas Batanghari Jambi.
7. Pemilik Dexter petshop dan istrinya yaitu kakak saya yang turut memberikan izin dan data-data yang diperlukan.
8. Teman saya Qissiy Sabilla yang sudah membantu dengan mencari judul skripsi yang tepat hingga pembicaraan isi-isi skripsi.
9. Teman perkuliahan yang ikut membantu yaitu Keren dan Agil dalam menyelesaikan syarat-syarat wisuda dan belajar sebelum sidang skripsi.
10. Seluruh Mahasiswa/i Angkatan 2019 yang telah bersama-sama dan saling memberikan semangat di Universitas Batanghari ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis dapat menulis dengan penuh pertimbangan tapi penulis tidak merasa dapat menulis skripsi ini dengan kesempurnaan, mengingat keterbatasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Dengan menyadari hal tersebut penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kebaikan skripsi ini, semoga skripsi ini berguna adanya.

Jambi, Februari 2025

Penulis

Hemiranikawati

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, tuhan Semesta alam Yang Maha Kuasa atas segala ciptaannya. Terima kasih kepada Tuhan yang maha penyayang dan penuh kasih karena telah memberikan berkah, rezeki, rahmat, pertolongan, dan kedamaian kepada saya selama ini dan selama saya menyusun lembaran demi lembaran skripsi saya dengan baik serta memberikan pertolongan melalui orang-orang yang membimbing saya dengan berbagai cara sehingga skripsi saya ini dapat terselesaikan.

Serta kupersembahkan karya ini kepada kedua orang yang paling kusayangi di hidup ini:

Papa dan Ibuku Tersayang

Kepada orang tuaku tersayang yang tak pernah ku ucapkan langsung kepada kalian, Papaku Saparudin dan Ibuku Sriwati terima kasih karena kalian telah menjadi orang tuaku, dan terima kasih karena aku telah menjadi putri kalian. Terima kasih atas doa, kasih sayang, pendidikan yang baik dan dukungan moral serta finansial sehingga pada saat ini bahwa semua hal tersebutlah yang dapat membentukku menjadi pribadi yang lebih menghargai kehidupan lebih baik dan lebih baik lagi, Terima kasih karena telah mengajarkanku bahwa ilmu pengetahuan itu berharga. Ada banyak pengajaran kalian yang aku ingat salah satunya ibuku yang pernah mengatakan kepadaku dengan suara pelan saat kami sedang perjalanan ke Padang dengan Bus dan di sana ada orang yang duduk di samping kiri dengan ketakutan sepanjang perjalanan ‘‘Nak, jangan melihat ke kiri karena di situ Cuma ada jurang, coba lihat ke kanan disitu ada sawah dan tebing yang indah’’ serta Papa ku yang pernah mengajarkanku ‘‘Belajarlh agar di saat apapun kau kuat dalam banyak hal’’

ABSTRACT

HEMIRANIKAWATI / 190086120106 / FACULTY OF ECONOMICS / MARKETING MANAGEMENT / THE INFLUENCE OF ATTITUDES AND BELIEFS ON PURCHASING DECISIONS AT DEXTER PETSHOP JAMBI CITY/ 1ST ADVISOR/ Pupu Sopini, SE, MM/ 2ND ADVISOR Riko Mappedeceng, SE, MM

Petshop is a promising business if managed with good policies, such as Dexter pet shop in Jambi which provides offers in the form of information services needed by consumers. This information is done by communicating directly when consumers are at Dexter pet shop or via online with questions such as animal food needs, animal equipment such as cages, vitamins, medicines, animal toys, adoption, grooming services, pacak services, pet hotel services or animal boarding. This step can minimize products that are not really needed by the pet and consumers can be more confident and believe in the performance provided so that consumers can be generous in the future.

This study was conducted using a quantitative method. The collection of research data was obtained by using a questionnaire distribution, this research used 98 respondents with analysis techniques using multiple linear regression and hypothesis testing using the F test and t test

Attitudes (X_1) with an average score of 425,7 on purchasing attitude is in the very high category, Beliefs (X_2) with an average score of 445,25 on purchasing confidence at Dexter Petshop is in the very high category and purchasing decision purchase decisions with an average score of 438.5 on purchasing at Dexter Petshop is in the very good category.

Based on the determination test, the value of the relationship/correlation is 0.559. This means that the free influence of the independent variables attitudes, beliefs on the dependent variable purchase decisions is called the coefficient of determination which is the result of (R^2) which means that the influence on the attitude and belief variables of the Purchase Decision is 31,3% while the remaining 68,7% is influenced by other factors not observed in this study.

Respondents' responses to attitudes, beliefs and purchasing decisions are in a very high/very agree position. It can be seen that the highest score is in the trust theory variable with an average score of 444.75 in the very agree category. Attitude gets an average score of 425.8 in the very agree category. And while the Purchase Decision variable gets an average score of 438.5 and is in the very category.

Keyword: Attitudes, Beliefs, Purchase Decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Ekonomi	10
2.1.1.1 Pengertian Ekonomi.....	10
2.1.1.2 Pengertian Manajemen	10
2.1.1.3 Pengertian Pemasaran	11
2.1.1.4 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.2 Marketing Mix	12
2.2.1 Pengertian Marketing Mix	12
2.3 Sikap	13
2.3.1 Pengertian Sikap	13
2.3.2 Model Sikap.....	14
2.3.3 Indikator Sikap.....	15
2.4 Kepercayaan	16
2.4.1 Pengertian Kepercayaan	16
2.4.2 Indikator Kepercayaan Konsumen	17
2.5 Keputusan Pembelian	17
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	19
2.6 Hubungan Sikap, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian	20
2.7.1 Penelitian Terdahulu	21
2.7.2 Kerangka Pemikiran	22
2.7.3 Hipotesis	22
2.7.4 Metode Penelitian	23

2.7.4.1 Metode Penelitian yang Digunakan	23
2.7.4.2 Jenis dan Sumber Data	23
2.7.4.3 Metode Pengumpulan Data	24
2.7.5 Metode Analisis	25
2.7.5.1 Populasi dan Sampel	25
2.7.5.2 Sampel	25
2.7.5.3 Metode Analisis Data	26
2.7.5.4 Definisi Operasional Variabel	31
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	36
3.1 Sejarah Singkat Dexter Petshop Kota Jambi.....	36
3.2 Struktur Organisasi Dexter Petshop Kota Jambi.....	39
3.3 Ruang Lingkup Dexter Petshop Kota Jambi	39
3.4 Pembagian Tugas di Dexter Petshop Kota Jambi	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Karakteristik Responden	41
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas Jenis Kelamin.....	41
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas Umur	42
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas Pekerjaan.....	43
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas Penghasilan	44
4.1.2 Deskriptif Variabel Sikap (X_1).....	45
4.1.2.1 Indikator Mengenal Produk yang akan dibeli	45
4.1.2.2 Indikator Mengerti dan Memahami Produk yang akan dibeli	46
4.1.2.3 Indikator Mengingat Produk yang akan dibeli.....	47
4.1.2.3.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Sikap (X_1)	48
4.1.3 Deskriptif Variabel Kepercayaan (X_2)	49
4.1.3.1 Indikator Keandalan	50
4.1.3.2 Indikator Kejujuran	51
4.1.3.3 Indikator Kepedulian.....	52
4.1.3.4 Indikator Kredibilitas	54
4.1.3.4.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X_2)....	56
4.1.4 Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	58

4.1.4.1 Pengenalan Masalah Kebutuhan	58
4.1.4.2 Pencarian Informasi	60
4.1.4.3 Evaluasi Alternatif	61
4.1.4.4 Keputusan Pembelian	63
4.1.4.5 Perilaku Pasca Pembelian	64
4.1.4.5.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	65
4.1.5 Pengaruh Sikap (X_1) dan Kepercayaan (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian di Dexter Petshop Kota Jambi (Y)	67
4.1.5.1 Uji Multikolimeritas	67
4.1.5.2 Uji Heteroskedastisitas	68
4.1.5.3 Uji Normalitas	68
4.1.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.1.5.5 Uji Determinasi	73
4.1.5.6 Uji Hipotesis	73
4.1.5.6.1 Uji F	73
4.1.5.6.2 Uji t	74
4.2 Analisis dan Pembahasan	75
4.2.1 Analisis Karakteristik	75
4.2.2 Analisis Sikap	76
4.2.3 Analisis Kepercayaan	76
4.2.4 Analisis Keputusan Pembelian	77
4.2.5 Analisis Pengaruh Sikap dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

No Tabel	Keterangan	Halaman
1.1	Data Pengguna Jasa di Dexter Petshop Kota Jambi	6
1.2	Data Pendapatan Dexter Petshop Kota Jambi	7
2.7.1	Penelitian Terdahulu	21
2.7.2	Kerangka Pemikiran	22
2.3	Skor Rentang Skala dan Kriteria	28
2.4	Variabel Operasional	32
4.1	Karakteristik Responden Menurut Identitas Jenis Kelamin	41
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas Umur.....	42
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas Pekerjaan	43
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	44
4.5	Hasil Skor Responden Indikator Produk yang akan dibeli	45
4.5.1	Hasil Skor Responden Indikator produk yang akan dibeli	46
4.5.2	Hasil Skor Responden Indikator yang akan dibeli	47
4.5.3	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Sikap (X_1)	48
4.6	Hasil Skor responden indikator Keandalan	50
4.6.1	Hasil Skor Responden Indikator Kejujuran	51
4.6.2	Hasil Skor Responden Indikator Kepedulian	52
4.6.3	Hasil Skor Responden Indikator Kredibilitas	54
4.6.4	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X_2)	56
4.7	Hasil Skor Responden Indikator Masalah Kebutuhan (Y)	58
4.7.1	Hasil Skor Responden Indikator Pencarian Informasi.....	60
4.7.2	Hasil Skor Responden Indikator Alternatif	61
4.7.3	Hasil Skor Responden Indikator Pembelian	63
4.7.4	Hasil Skor Responden Indikator Perilaku pasca Pembelian	64
4.7.5	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan pembelian (Y)	65

DAFTAR GAMBAR

Lampiran Foto-Foto Dexter Petshop..... 111-113



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di dunia bisnis dalam menghadapi era baru di dalam persaingan ada banyak sekali yang menawarkan hal-hal yang mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk atau jasa yang dibutuhkan. Di kota Jambi ini sendiri telah banyak sekali beredar tempat usaha mulai dari kecil hingga besar, dalam hal tersebut persaingan usahapun terjadi dan tempat-tempat usahapun mulai harus bisa mempertahankan dan meningkatkan kinerja jasa atau produk mereka agar tetap diterima di masyarakat.

Persaingan bisnis di setiap usaha harus mempertahankan kinerja yang baik dan juga kebijakan-kebijakan yang dibutuhkan di dalam suatu perusahaan tersebut, hal ini berkaitan agar produk atau jasa yang mereka tawarkan dapat menjadi pilihan yang baik bagi para konsumen dengan harapan setiap konsumen dapat menjadi pelanggan yang loyal di perusahaan tersebut. Dan adapun persaingan yang ada di sekitar seharusnya juga dapat membuat setiap perusahaan dapat menciptakan inovasi yang berjalan beriringan dengan perkembangan zaman.

Adanya salah satu bisnis yang cukup baik dan menjanjikan dalam perkembangan zaman ini salah satunya adalah petshop. Bisa dikatakan petshop sendiri adalah salah satu bisnis yang cukup baik karena di zaman era sekarang dapat dikatakan bahwa ada sangat banyak orang yang memelihara hewan peliharaan. Di Indonesia sendiri ada sangat banyak petshop yang tersebar dari sabang sampai marauke, dan usaha tersebut harus tetap mampu memberikan

kebutuhan dan keinginan yang diperlukan oleh konsumen dan jasa saat ini maupun di masa yang akan datang. Dalam hal ini seorang manajer pemasaran dituntut untuk dapat memahami perilaku konsumen agar dapat selalu mengikuti perubahan pasar dengan baik.

Pengaruh sikap di suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan adalah hal yang harus dilakukan secara konsisten dan terus menerus agar dapat timbulnya kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa di perusahaan tersebut. Dalam hal ini konsumen sebenarnya melakukan pencarian, pembelian, dan selanjutnya menggunakan produk atau jasa yang mereka inginkan, perusahaan sendiri dapat membantu konsumen dalam pengambilan keputusan-keputusan dalam mencari hal yang mereka inginkan atau butuhkan dengan cara membangun komunikasi secara personal dan menggunakan kalimat yang mudah dipahami oleh konsumen.

Petshop itu sendiri adalah suatu bisnis yang menjanjikan jika dikelola dengan kebijakan perusahaan yang baik pula, kebutuhan-kebutuhan hewan peliharaan dapat didapatkan dengan mudah hanya dengan mendatangi toko petshop yang ada disekitar kota yang ditempati maupun dengan pembelian online dengan mudah. Respon masyarakat terhadap adanya petshop di setiap kota bisa dibilang cukup baik dan dapat diterima. Kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat di katakan sebenarnya juga tergantung apa yang dimiliki oleh setiap petshop yang ada karena di setiap tempat petshop yang berbeda adapula jasa dan produk yang dimiliki dan juga tidak dimiliki di beberapa petshop yang lainnya, namun jika dijabarkan dengan baik beberapa kebutuhan yang biasanya digunakan oleh pelanggan adalah

membeli kebutuhan makanan hewan, alat perlengkapan hewan seperti kandang, vitamin, obat, mainan hewan, lepas adopt, jasa grooming, jasa pacak, jasa pethotel atau penitipan hewan.

Terdapat masing-masing cara pemilik untuk memajukan bisnis usahanya. Bisa dari harga yang lebih murah dari kebanyakan toko lainnya, bisa juga dari tempatnya yang sangat strategis, dari cara promosi yang tepat, dan lain sebagainya. Dexter petshop sendiri punya pelayanan jasa yang kebanyakan berbeda dari petshop lain, contohnya Dexter petshop memberikan pelayanan informasi yang dibutuhkan oleh calon konsumen sebelum membeli kebutuhan hewan peliharaan mereka. Informasi ini diberikan dengan cara komunikasi langsung saat calon konsumen berada di Dexter petshop dan komunikasi juga dapat dilakukan via internet menggunakan aplikasi chat instagram serta Whatsapp. Informasi yang diberikan biasanya akan ditanya terlebih dahulu hewan apa yang konsumen miliki serta jenis, umur, dan perawatan seperti apa yang konsumen inginkan. Setelah diketahui barulah diberikan saran yang tepat dalam langkah menangani dan memberikan kebutuhan yang cocok terhadap peliharaan konsumen tersebut, langkah ini dapat meminimalisir produk-produk yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan oleh hewan peliharaan tersebut dan konsumen bisa lebih yakin dan percaya terhadap kinerja yang diberikan oleh Dexter petshop. Hal tersebut juga harus dilakukan dengan komunikasi yang tepat antar pembeli dan penjual agar tidak terjadinya kesalah pahaman dalam memberi informasi, selain itu pemilik toko juga memastikan agar konsumen merasa puas berbelanja di tempatnya sehingga konsumen tersebut bisa menjadi pelanggan dan juga royal

untuk kedepannya.

Selain produk adapula kegunaan jasa-jasa lain di petshop yang bisa sangat menguntungkan untuk kedua belah pihak seperti jasa untuk penitipan hewan yaitu pethotel yang berguna untuk penitipan hewan jika suatu saat pemilik hewan tersebut harus bepergian jauh untuk waktu yang lumayan lama atau sebentar dan tidak dapat membawa hewan peliharaannya. Pethotel sendiri berguna untuk menggantikan merawat hewan peliharaan pemilik hewan tersebut agar tidak sakit dan mati, seperti memberi makan hewan tersebut dan juga membersihkan kandang hewan tersebut sampai pemilik dari hewan tersebut kembali.

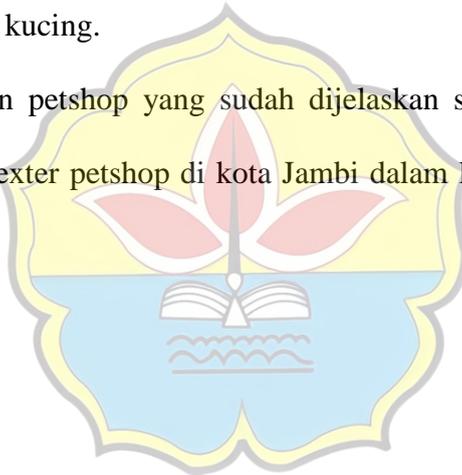
Selain itu jasa grooming atau memandikan hewan seperti kucing atau anjing sendiri saat ini di kota Jambi bisa di bilang belum terlalu banyak. Sebagai pemilik petshop Dexter sendiri, untuk melengkapi kebutuhan pelanggan akhirnya memilih belajar grooming di luar kota untuk bisa melakukan jasa grooming dan mendapatkan hasil yang baik serta lisensi dan piagam yang berguna sebagai identitas yang di perbolehkan dengan SOP standar dunia untuk melakukan jasa tersebut.

Untuk grooming sendiri yang paling harus dilakukan adalah dengan cara memakai perasaan agar hewan seperti kucing tersebut nyaman dan tidak takut kembali di mandikan di petshop Dexter tersebut, karena kebanyakan hewan itu memiliki ingatan yang bagus. Jika mereka diperlakukan tidak baik di suatu tempat dengan seseorang maka ingatan mereka tentang tempat tersebut dan juga orang yang memperlakukannya tidak baik juga terekam di memori ingatan hewan tersebut yang mengakibatkan mereka memberontak dan dapat tidak sengaja

mengeluarkan insting hewani mereka untuk mempertahankan diri seperti menggigit dan mencakar.

Selain itu kegunaannya yang paling utama adalah menjual produk makanan hewan dan terdapat juga menjual produk seperti vitamin, obat-obatan untuk hewan, kandang, mainan, dan aksesoris untuk hewan. Untuk makanan hewan sendiri ada makanan khusus kucing, ikan, kelinci, dan hewan lainnya. Jika kita ambil salah satu contoh, untuk makanan kucing sendiri ada yang makanan basah dan kering seperti kornet kaleng adalah makanan basah dan pelet kucing adalah makan kering untuk kucing.

Selain kegunaan petshop yang sudah dijelaskan seperti diatas adapun data pengguna jasa di Dexter petshop di kota Jambi dalam lima tahun terakhir adalah sebagai berikut:



Tabel 1.1
Data Pengguna Jasa di Dexter Petshop Kota Jambi
Tahun 2019-2023

No	Tahun	Jumlah Pengguna Jasa (orang)	Perkembangan (%)
1	2019	3410	-
2	2020	3590	5,27
3	2021	3770	5,01
4	2022	3480	(7,69)
5	2023	3670	5,41
	Rata-rata	3584	1,6

Sumber : Dexter Petshop Kota Jambi Tahun 2023

Pada tabel di atas dapat diartikan bahwa pengguna jasa di Dexter petshop pada tahun 2020 mengalami peningkatan hingga tahun 2021. Walau di tahun 2022 mengalami penurunan, dan untuk di tahun selanjutnya 2023 mengalami kenaikan pengguna jasa.

Menurut pemilik dari Dexter petshop tersebut untuk tetap mempertahankan dan juga meningkatkan nilai kepercayaan pengguna jasa, pemilik dari Dexter petshop itu sendiri selalu mempertahankan pelayanan sebaik mungkin agar pengguna jasa tetap puas dengan pelayanan yang di berikan (Pemilik Dexter Petshop : 2023)

Tabel 1.2
Data Pendapatan Dexter Petshop di Kota Jambi
Tahun 2019-2023

No	Tahun	Pendapatan	Perkembangan (%)
1	2019	956.592.000	-
2	2020	993.524.000	3.8
3	2021	1.038.066.000	4.4
4	2022	979.081.000	(5,7)
5	2023	1.006.652.000	2.8
	Rata-rata	994.783.000	1,6

Sumber : Dexter Petshop Kota Jambi Tahun 2023

Berdasarkan table di atas dimana pendapatan Dexter Petshop di Kota Jambi dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 mengalami fluktuasi setiap tahunnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dari itu penulis tertarik untuk mengajukan judul **pengaruh sikap dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Dexter petshop kota Jambi**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di tulis oleh penulis, akhirnya penulis mencoba mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Perkembangan pengguna jasa di Dexter Petshop Kota Jambi tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 mengalami fluktuasi.
2. Pendapatan pada Dexter Petshop di Kota Jambi dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 mengalami fluktuasi setiap tahunnya.

3. Pengaruh sikap dan kepercayaan menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian di Dexter Petshop Kota Jambi.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran sikap, kepercayaan dan keputusan pembelian di dexter *petshop* Kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh sikap dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di dexter *petshop* Kota Jambi?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sendiri antara lain :

1. Untuk mengetahui gambaran sikap kepercayaan dan keputusan pembelian di dexter *petshop* Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh sikap, kepercayaan, terhadap keputusan pembelian di dexter *petshop* Kota Jambi.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di lakukan menyampaikan kegunaan manfaat yang di teliti yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberitahu pentingnya kegunaan petshop dalam kehidupan pemilik hewan peliharaan serta dapat memberitahu pendapat-pendapat

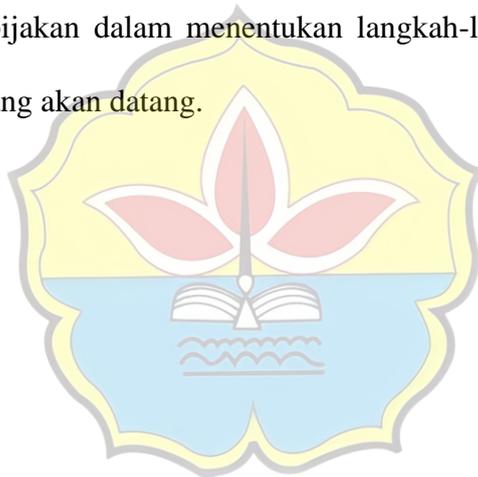
penting apa yang dipikirkan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli dan menggunakan jasa di petshop untuk kebutuhan peliharaan mereka.

2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti sendiri, penelitian ini bisa berguna untuk di gunakan peneliti untuk memperdalam pengetahuan dan pengalaman mengimplementasikan teori ini di dalam bidang pemasaran.

3. Bagi Perusahaan

Untuk perusahaan sendiri penelitian ini diharapkan berguna untuk pengambilan keputusan dan kebijakan dalam menentukan langkah-langkah penjualan produk dan jasa di masa yang akan datang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Ekonomi

2.1.1.1 Pengertian Ekonomi

Ekonomi itu sendiri sangatlah luas, di bahasa Yunani sendiri Ekonomi itu artinya Oikonomia hukum yang berlaku untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga dan akhirnya meluas menjadi kebutuhan di negara.

Menurut Adam Smith yaitu seorang pelopor dari ilmu ekonomi modern atau bisa disebut sebagai bapak ekonomi di dunia, ia mengatakan bahwa ekonomi adalah penyebab munculnya atau adanya kekayaan dari suatu negara.

2.1.1.2 Pengertian Manajemen

“*Manage*” berasal dari kata Itali yaitu “*maneggiare*” yang artinya menggerakkan, menunjukkan, membentuk, serta melakukan berbagai manipulasi terhadap benda lainnya yang diarahkan oleh pikiran. Di Prancis kata “*mesnageement*” yang kemudian disebut dengan kata “*management*” yang mempengaruhi perkembangan kata bahasa Inggris di abad ke-17 dan ke-18 dengan kata “*management*” yang berakhir di terjemahkan ke bahasa Indonesia sebagai manajemen yang artinya kegiatan mengelola dan menata sumber daya dengan menggunakan akal untuk mencapai beragam tujuan (Utomo dan Togar, 2019:226).

Manajemen sangat penting di kehidupan manusia, bisa dikatakan bahwa aktifitas dalam mengumpulkan, melaksanakan, mengalokasikan, serta

memanfaatkan upaya manusia dan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Utomo dan Togar, 2019:149). Manajemen juga memiliki arti yang lain yaitu adalah mengatur atau kata lain dari manage. Unsur yang paling penting di manajemen itu sendiri adalah manusia, baik konsumen maupun produsen. Sumber daya manusia atau yang di sebut asset dalam manajemen adalah unsur yang harus di optimalkan sebaik mungkin agar dapat mencapai hasil yang baik pula dalam mencapai tujuan atau organisasi yang sudah di bentuk.

2.1.1.3 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah aktivitas atau proses dalam menyampaikan, komunikasi, menciptakan, tawaran, dan upaya yang dilakukan perusahaan atau suatu organisasi dalam menawarkan produk atau jasanya kepada pembeli. Pemasaran dapat diartikan juga secara sederhana adalah aktifitas jual beli barang dan jasa (Mursid, 1993:25).

Pemasaran berarti artinya menata pasar, dan pasar adalah sekelompok kumpulan pembeli actual dan potensial, para pembeli ini mempunyai kesamaan kebutuhan atau keinginan, penjual harus mengenali kebutuhan pembeli dengan cara mempromosikan, merancang penawaran pasar, penetapan harga. Dan adanya kegiatan seperti riset, pengembangan produk, pendistribusian, menetapkan harga, dan pelayanan yang akan diberikan adalah merupakan inti dari pemasaran (Kotler dan Armstrong, 1999:9)

2.1.1.4 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran jasa adalah proses dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan produk atau jasa yang bertujuan

memberikan kebutuhan yang diinginkan pelanggan dan dapat meningkatkan keuntungan di dalam sebuah perusahaan tersebut. Dalam hal ini, menurut Kinnear dan Taylor (1987:4) manajemen pemasaran adalah teknik pengambilan keputusan dengan menekankan perencanaan dan pengendalian agar memperkecil galat (error) dalam pengambilan keputusan

2.2 Marketing Mix

2.2.1 Pengertian Marketing Mix

Pemasaran sendiri memiliki beberapa penelitian salah satunya adalah bauran pemasaran yaitu kata lain dari marketing mix, untuk mencapai suatu tujuan dalam organisasi atau perusahaan pemasarannya harus sudah mempunyai perencanaan (Kotler dan Keller, 2012) mengklasifikasikan perencanaan dalam pemasaran dalam 4P yaitu: Product (produk), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi) yaitu :

1.Product

Produk adalah suatu barang yang di tawarkan kepada konsumen agar dapat dikonsumsi dan dimiliki karena suatu keinginan atau kebutuhan dan seharusnya menimbulkan kepuasan untuk konsumen itu sendiri.

2.Price

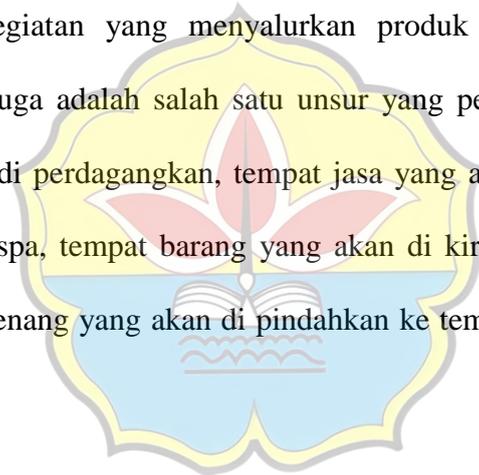
Harga adalah menentukan seberapa nilai jual terhadap suatu barang tersebut, peran harga di pemasaran sangatlah penting yaitu dapat menunjukkan seberapa berharganya atau pentingnya nilai barang tersebut untuk kebutuhan di kehidupan. Terkadang barang yang sulit didapat di nilai dengan harga jual yang tinggi dikarenakan kelangkaan barang tersebut dan juga upaya untuk mendapatkannya.

3.Promotion

Promosi adalah salah satu cara untuk menunjukkan atau memperkenalkan barang ke calon konsumen sehingga calon konsumen dapat tertarik membeli dan mengkonsumsinya. Promosi sendiri ada banyak cara contohnya mengiklankan barang di internet, sosial media, tv, katalog majalah dll yang sesuai dengan kebijakan perusahaan atau organisasi masing-masing.

4.Place

Tempat adalah kegiatan yang menyalurkan produk atau jasa kepada calon pembeli. Tempat juga adalah salah satu unsur yang penting guna untuk tempat barang yang akan di perdagangkan, tempat jasa yang akan di datangi konsumen seperti salon atau spa, tempat barang yang akan di kirim ke tempat selanjutnya seperti distribusi benang yang akan di pindahkan ke tempat baru untuk di jadikan kain.



2.3 Sikap

2.3.1 Pengertian Sikap

Sikap (*attitudes*) konsumen artinya adalah faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen (Sumarwan, 2011:165). Sedangkan Sikap menurut Kotler (dalam Sangadji dan Sopiha, 2021) mengatakan bahwa sikap itu adalah perilaku yang menunjukkan apa yang tidak disukai dan disukai oleh konsumen. Dan menurut Sangadji dan Sopiha (2021:176) Sikap adalah inti perasaan dari suka atau tidaknya seseorang terhadap suatu objek, misalnya bagaimana tanggapan yang diberikan konsumen terhadap merek perusahaan,

harga produk, iklan produk perusahaan, dan sebagainya.

Sikap adalah proses yang melakukan tindakan, evaluatif, persepsi dari seorang individu dalam suatu obyek dan penemuan (Kinnear dan Taylor, 1987:304)

2.3.2 Model Sikap

Ada tiga komponen model sikap menurut Schiffman dan Kanuk et al (dalam Sumarwan, 2011:175) ada 3 antar lain adalah:

1. Komponen Kognitif

Komponen kognitif dapat digambarkan sebagai pengetahuan atau persepsi konsumen terhadap suatu objek sikap, hal itu diperoleh melalui pengalaman langsung dan biasanya hal itu berbentuk kepercayaan (*belief*) yang artinya konsumen telah mempercayai perilaku (*behavior*) yang baik mengarahkan hasil yang baik pula. Contohnya seperti “saya percaya pada produk A mempunyai hasil...” atau “saya tau produk B akan...”. Banyak situasi yang membutuhkan informasi menyangkut kesadaran/pengetahuan guna untuk menentukan keputusan pasar, ciri produk, harga, periklanan, ketersediaan produk dan sebagainya (Kinnear dan Taylor, 1987:305).

2. Komponen Afektif

Perasaan dan emosi konsumen terhadap produk atau merek merupakan komponen dari afektif. Konsumen menilai suatu produk itu baik atau buruk adalah dengan cara mengevaluasi produk tersebut dengan perbandingan merek dan kualitas suatu produk. Contohnya seperti “kemasan A jelek” atau “saya lebih

suka produk A ketimbang produk B”. Komponen afektif juga berperan penting seperti komponen kognitif, karena komponen afektif ini dapat dengan cepat menyeleksi produk apa yang diinginkan konsumen itu sendiri. Hal ini juga dapat membentuk daya saing yang baik bagi para produsen dan perusahaan dalam meningkatkan produknya (Kinnear dan Taylor, 1987:306).

3. Komponen Konatif

Komponen konatif ini menggambarkan kecenderungan konsumen melakukan tindakan tertentu, biasanya konsumen mengungkapkan keinginan membeli produk dengan cara mengevaluasi kegunaan dan kelebihan produk tersebut. Contohnya seperti “apa saya akan menggunakan produk ini” atau “apa kelebihan dari produk ini”. Perilaku ini mengacu pada keinginan konsumen dalam niat membeli suatu produk.

2.3.3 Indikator Sikap

Menurut Satriyo (dalam Kadek Ayu Rizaa Okaviantari et al, 2023:27) indikator sikap ada 3 yaitu:

- 1.Mengenal produk yang akan dibeli
- 2.Mengerti dan memahami produk yang akan dibeli
- 3.Mengingat produk yang akan dibeli

2.4 Kepercayaan

2.4.1 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan konsumen artinya adalah semua pengetahuan yang dimiliki konsumen mengenai suatu atribut objek dan manfaatnya (Mowen dan Minor dalam Sumarwan, 2011). Dapat dikatakan pengetahuan tersebut berguna dalam menyeleksi apa saja pertimbangan yang dibutuhkan dalam membeli produk tersebut agar konsumen dapat lebih mudah menentukan pilihan dengan lebih baik.

Menurut Mayer (dalam Rifa'i, 2022) kepercayaan terbentuk ada tiga antara lain yaitu: Pertama, Kemampuan. Seorang individu membutuhkan keyakinan akan dalam pembuktian kinerja seseorang dalam memperlihatkan seberapa baiknya ia dalam melakukan pekerjaannya. Faktor pengalaman ini dapat mendasari munculnya kepercayaan terhadap orang tersebut. Kedua, Integritas. Integritas ini dapat terlihat dari seberapa konsistennya ucapan dan perbuatan seseorang. Integritas tidak cukup hanya kejujuran saja melainkan juga dapat menerima tekanan, integritas dapat dilihat dari keterus-terangan (*Honestly*), pemenuhan (*Fulfillment*), keterkaitan (*Dependability*), kesetiaan (*Loyalty*), kewajaran (*Fairness*), dan kehandalan (*Reliability*). Ketiga, Kebaikan hati. Kebaikan hati dapat berkaitan dengan intensi atau niat. Dapat dikatakan dalam diri seseorang ada ketertarikan ketika berinteraksi dengan orang lain. Hal tersebut dapat membuat intensi untuk percaya atau tidaknya dengan orang tersebut. Dalam hal ini Kim (dalam Ainurrofiq, 2007) mengatakan kebaikan hati dapat meliputi keyakinan, empati, perhatian, dan daya terima.

2.4.2 Indikator Kepercayaan konsumen

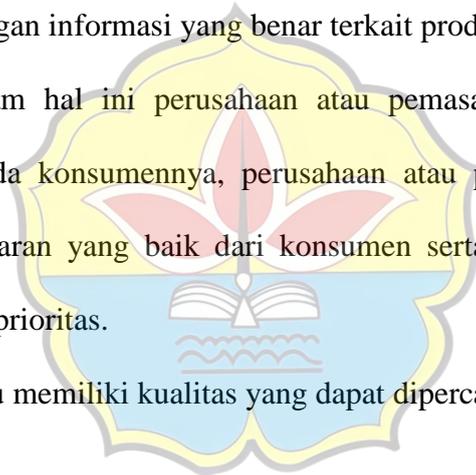
Indikator kepercayaan konsumen menurut Maharani (dalam Endang Sungkawati et al, 2022:110) ada 4 yaitu:

1.Keandalan, yaitu konsisten dalam serangkaian pengukuran. Keandalan yang dimaksud disini adalah mengukur kekonsistenan perusahaan dalam melakukan usaha secara terus menerus dari dulu hingga sekarang.

2.Kejujuran, yaitu bagaimana perusahaan atau pemasar menawarkan suatu produk dan jasa sesuai dengan informasi yang benar terkait produk dan jasa tersebut.

3.Kepedulian, dalam hal ini perusahaan atau pemasar dapat selalu melayani dengan baik kepada konsumennya, perusahaan atau pemasar dapat menerima keluhan kesah dan saran yang baik dari konsumen serta selalu menjadikan para konsumen sebagai prioritas.

4.Kredibilitas, yaitu memiliki kualitas yang dapat dipercaya konsumennya.



2.5 Keputusan Pembelian

2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Sangadji dan Sopiah, 2021:120) keputusan pembelian dapat didefinisikan seperti melakukan tindakan memilih dua pilihan alternative atau lebih. Dalam hal ini keputusan pembelian atau tidak membelinya konsumen merupakan aspek yang penting dalam pemasaran karena hal itu termasuk berhasil atau tidaknya suatu manajemen pemasaran dalam membuat programnya, seperti seberapa efektifnya perencanaan yang mereka buat

dalam mempengaruhi konsumen.

Pengambilan keputusan pembelian dari seorang individu berdasarkan perspektif menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Sangadji dan Sopiah, 2021:121) ada 4 yaitu:

1. Manusia Ekonomi

Manusia dilihat sebagai individu yang memutuskan sesuatu secara rasional. Seorang individu harus dapat menyadari berbagai pilihan alternative produk yang ada, individu tersebut juga harus dapat memberi peringkat berdasarkan kelebihan dan kekurangan serta dapat memilih pilihan yang terbaik dari alternative yang ada. Manusia ekonomi sebenarnya bukanlah seperti gambaran manusia pada sebenarnya karena manusia memiliki kemampuan serta keahlian yang terbatas karena itulah manusia tidak selalu memiliki informasi yang sempurna dalam memahami produk dan jasa, karena hal itu juga terkadang manusia sering tidak mau mengambil keputusan dengan mempertimbangkan banyak faktor. Keputusan yang dipilih manusia sering kali hanya dapat memilih kepuasan yang cukup daripada kepuasan yang maksimal.

2. Manusia Pasif

Gambaran dari manusia pasif adalah seperti individu yang hanya mementingkan diri sendiri dan menerima beragam macam promosi yang dapat ditawarkan pasar. Hal ini sering kali bahwa konsumen hanya dianggap sebagai objek yang bisa dimanipulasi. Sebenarnya gambaran model seperti ini dianggap tidak realistis karena tidak menggambarkan konsumen dalam mencari informasi mengenai

produk atau jasa yang harusnya akan dapat memberikan kepuasan terbesar untuk konsumen.

3. Manusia Kognitif

Manusia kognitif disini adalah konsumen sebagai makhluk individu yang dapat berpikir dan memecahkan masalah. Biasanya konsumen sering kali pasif dalam menerima produk dan jasa yang diberikan, tapi sering kali konsumen juga aktif dalam mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka seperti mencari informasi kemudian mengevaluasi dalam memilih merek.

4. Manusia Emosional

Manusia emosional menggambarkan memiliki perasaan mendalam yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam memiliki barang-barang tertentu. Perasaan tersebut seperti kesenangan, cinta, fantasi, ketakutan, khawatir, dan kenangan yang dapat mengingatkan konsumen. manusia emosional kurang dalam mencari informasi sebelum membeli karena mereka lebih banyak mempertimbangkan suasana hati sehingga dapat membeli karena berdasarkan perasaan dan memori kenangan. Suasana hati yang di maksud adalah perasaan atau pikiran yang dapat mempengaruhi perilaku saat itu.

2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (dalam Yenni A, 2022:6) ada 5 indikator keputusan pembelian yaitu:

1. Pengenalan Masalah Kebutuhan

Mengenal suatu masalah dalam proses membeli suatu produk pembeli biasanya membuat perbedaan seperti yang mana suatu hal yang dibutuhkannya atau suatu

hal yang diinginkannya, pengenalan tersebut dapat terjadi karena adanya rangsangan didalam diri pembeli itu sendiri atau dari luar.

2.Pencarian Informasi

Mungkin dalam hal ini konsumen tidak secara aktif dalam mencari informasi yang berhubungan dengan kebutuhannya.

3.Evaluasi Alternatif

Calon pembeli membuat pilihan – pilihan alternatif guna sebagai gambaran yang lebih jelas dalam memilih mana yang dapat dipilih, serta calon pembeli juga memikirkan apa saja kelebihan dari setiap masing – masing alternatif tersebut.

4.Keputusan Pembelian

Konsumen mempunyai cara masing – masing dalam mencari dan menganalisa suatu informasi yang telah diperolehnya, maka dari itu produsen harus dapat memahami konsumen dengan cara membatasi pilihan yang dapat dipilih konsumen dalam menentukan produk mana yang akan mereka gunakan.

5.Perilaku Pasca Pembelian

Apabila konsumen menerima produk yang mereka beli tidak sesuai yang mereka harapkan, maka konsumen bisa dapat merubah merek produk tersebut dengan nilai negative, bahkan konsumen dapat langsung mengeleminasi merek tersebut dalam daftar pilihannya tapi bila konsumen mendapati produk yang mereka beli itu sesuai dengan harapan mereka maka keinginan konsumen untuk membelinya lagi akan semakin kuat dan yakin.

2.6 Hubungan Sikap, Kepercayaan, dan Keputusan Pembelian

Sikap seseorang dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang dalam

meyakini sesuatu, hal tersebut dapat terjadi jika suatu objek dapat dinyatakan dengan logis serta dapat diterima dengan konsumen.

2.7.1 Penelitian Terdahulu

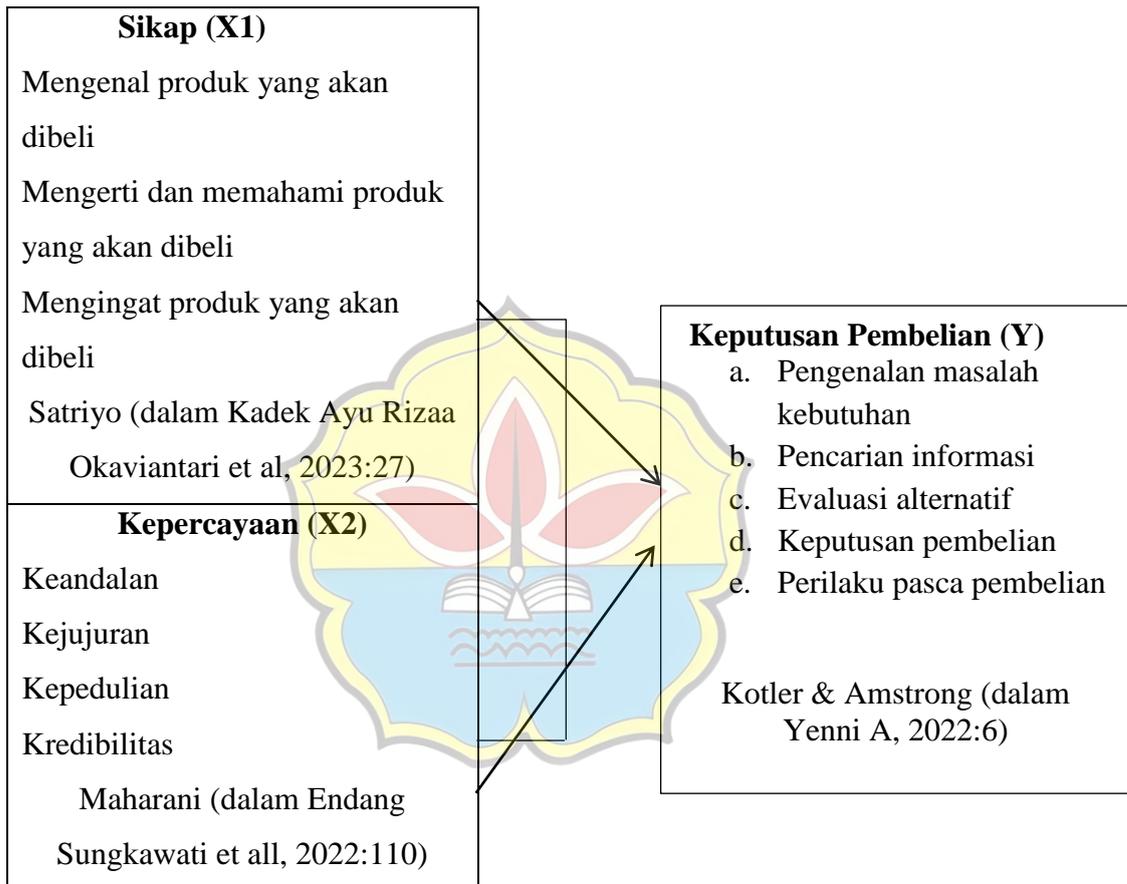
Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1	Indah Sulistiowati (2018)	Pengaruh Sikap Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Pada Online Shop Grostas Import Batam)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen salah satunya dipengaruhi oleh sifat personal. Hasil penelitian ini menunjukkan sikap dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
2	Fitri Purwaningtias (2018)	Sistem Informasi Penjualan Pada Lucky Paws's Petshop berbasis web	Hasil penelitian menunjukkan bahwa petshop Paws's menggunakan sistem website berguna untuk menyediakan informasi kebutuhan produk hewan dan juga berguna untuk mengetahui keberadaan petshop paws's sehingga masyarakat bisa langsung mendatangi tempat tersebut. Serta dapat juga membeli produk tersebut secara online agar mempermudah konsumen dalam berbelanja
3	Aris Kurniawan (2021)	Pengaruh Kualitas dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Android Smartphone	Hasil menunjukkan bahwa kualitas dan harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap Oppo android smartphone dengan sangat baik

2.7.2 Kerangka Pemikiran

Tabel 2.2



2.7.3 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau penjelasan sementara tentang keadaan, perilaku atau fenomena yang sedang diteliti. Hipotesis merupakan hubungan pernyataan antara variabel-variabel yang berhubungan di dalam penelitian, mengumpulkan data yang diperlukan dan melihat keterikatan adanya atau tidak adanya hubungan dalam hal tersebut (Mudrajad Kuncoro, 2013:59).



2.7.4 Metode Penelitian

2.7.4.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Menurut Nazir (dalam Kuncoro, 2013:3) penelitian adalah proses, dan ilmu pengetahuan adalah hasil dari penelitian. Hal tersebut adalah suatu usaha dalam memahami suatu objek dan mencari solusi atas permasalahan yang sedang diteliti. Metode penelitian itu sendiri adalah cara ilmiah berguna usaha untuk mencari dan memberikan kebenaran yang berguna dalam memecahkan permasalahan yang sedang dilakukan secara ilmiah.

2.7.4.2 Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan sebagai berikut:

1.Data Primer

Data primer merupakan bagian dari proses yang diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan yang dikumpulkan peneliti dari sumber asli untuk tujuan tertentu (Mudrajad Kuncoro, 2013:157). Data primer yang diambil peneliti bersumber dari toko petshop Dexter.

2.Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah dikumpulkan pihak lain kemudian peneliti dapat mencari data tersebut melalui data sekunder yang telah ada (Mudrajad Kuncoro, 2013:148)

2.7.4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian ini menggunakan penyebaran kuisisioner. Kuisisioner ini sendiri adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi beberapa pertanyaan kepada responden yang bertujuan agar mereka menjawab soal-soal tanpa bantuan dari pihak lain. Metode kuisisioner yang ini bertujuan untuk mengetahui pendapat responden yang berkaitan dengan keputusan pembelian pada konsumen di Dexter petshop kota Jambi.

1. Studi Kepustakaan

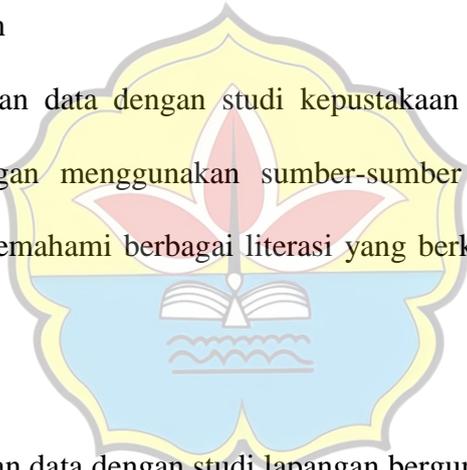
Metode pengumpulan data dengan studi kepustakaan dari data yang sudah didapat peneliti dengan menggunakan sumber-sumber data di pustaka adalah mempelajari dan memahami berbagai literasi yang berkaitan dengan bahan yang sedang diteliti.

2. Studi Lapangan

Metode pengumpulan data dengan studi lapangan berguna untuk memperoleh data yang objektif. Pengumpulan data yang dilakukan dalam studi lapangan ini adalah:

3. Observasi

Observasi yang dilakukan dipenelitian ini adalah dengan cara pengamatan, mencatat, mendata, dan menulis hal-hal yang diperlukan guna untuk mengetahui keadaan dan pola-pola perilaku yang bisa digunakan untuk membantu dalam penelitian. Peneliti melakukan observasi langsung di Dexter petshop kota Jambi.



4. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan beberapa pertanyaan yang digunakan dalam mendapatkan informasi dari konsumen guna dalam mengetahui objek yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala ukur untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial.

Kategori dari penilaian skala likert ini adalah:

Jawaban	Angka
Sangat Baik	5
Baik	4
Netral	3
Cukup Baik	2
Tidak Baik	1

2.7.5 Metode Analisis

2.7.5.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Objek populasi yang akan diteliti oleh penulis adalah konsumen dari Dexter petshop kota Jambi pada tahun 2023 yang berkisaran 3670 kunjungan termasuk kunjungan berkali-kali.

2.7.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, dimana pengambilan yang dilakukan harus betul-betul *representative* (mewakili)” (Sugiyono, 2016). Berdasarkan jumlah sampel untuk

tujuan penelitian yaitu dengan menggunakan metode Slovin dalam Umar (2005) dengan rumus sebagai berikut:

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

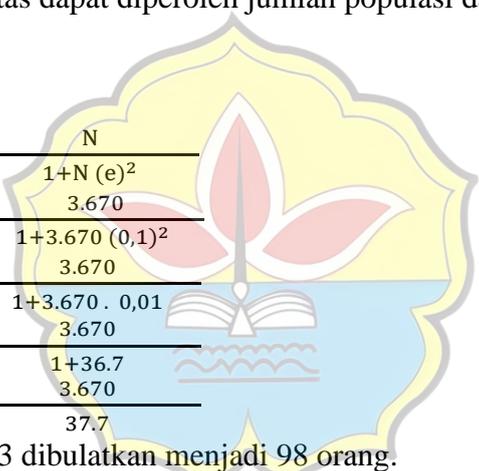
Keterangan:

n = Ukuran atau jumlah sampel

N = Jumlah populasi (konsumen)

e = Presesi yang diharapkan 0,1

Dari rumus diatas dapat diperoleh jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\
 n &= \frac{3.670}{1+3.670(0,1)^2} \\
 n &= \frac{3.670}{1+3.670 \cdot 0,01} \\
 n &= \frac{3.670}{1+36,7} \\
 n &= \frac{3.670}{37,7} \\
 n &= 97,3 \text{ dibulatkan menjadi } 98 \text{ orang.}
 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus ini dapat dinyatakan bahwa jumlah yang dapat diperoleh sebanyak 98 orang.

2.7.5.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data bertujuan untuk menyediakan informasi guna dalam memecahkan masalah, karena itu tahap analisis ini mencakup klasifikasi, penyuntingan dan memberi kode terhadap data menurut Kuncoro (2013:191).

Metode analisis data yang digunakan oleh peneliti disini adalah:

1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif merupakan pengkajian dalam suatu variabel, yang mana hal ini berguna dalam mengukur kondisi atau posisi dari objek dalam waktu tertentu.

Skala pengukuran instrument

Skala pengukuran instrument bertujuan untuk menerjemahkan karakteristik data dalam bentuk yang dapat dipahami (Mudrajad Kuncoro, 2013:169)

Interval Skor

Jawaban	Angka
Sangat Baik	5
Baik	4
Netral	3
Cukup Baik	2
Tidak Baik	1

Untuk sementara dalam menghitung bobot indikator pengaruh sikap dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Dexter petshop kota Jambi dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skor Terendah} = \text{Bobot Terendah} \times \text{Jumlah Sampel}$$

$$\text{Skor Tertinggi} = \text{Bobot Tertinggi} \times \text{Jumlah Sampel}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor Terendah} &= 1 \times 98 \\ &= 98 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor Tertinggi} &= 5 \times 98 \\ &= 490 \end{aligned}$$

$$\text{Rentang Skala (RS)} = \frac{98(5-1)}{5}$$

Maka interval skala adalah = 78.4

Tabel 2.3

Skor Rentang Skala dan Kriteria

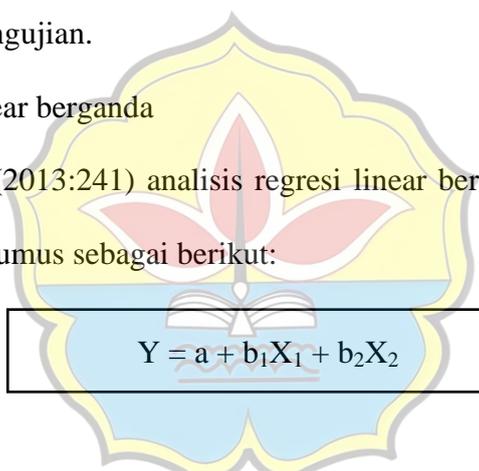
98 – 176.3	Sangat Tidak Setuju	STS
176.4 - 254.7	Tidak Setuju	TS
254.8 - 333.1	Cukup Setuju	CS
333.2 - 411.5	Setuju	S
411.6 – 490	Sangat Setuju	SS

2. Analisis verifikatif

Dalam penelitian ini analisis verifikatif menggunakan alat analisis regresi linear berganda dalam pengujian.

Analisis regresi linear berganda

Menurut Kuncoro (2013:241) analisis regresi linear berganda didalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:


$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b1 = Koefisien Regresi Sikap

b2 = Koefisien Regresi Kepercayaan

X1 = Sikap

X2 = Kepercayaan

Koefisien korelasi (R)

Koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui seberapa kuatnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel tidak bebas, dan juga untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel bebas (X) secara bersama dengan variabel tidak bebas (Y). Semakin besar nilai R maka semakin benar dan tepat dengan menggunakan model regresi yang dipakai.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan bagian dari variabel terikat (Y) yang dapat diperhitungkan oleh variabel bebas (X).

Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk pengujian asumsi statistik yang dilakukan dalam regresi linear berganda. Uji ini dilakukan untuk menguji asumsi yang terdapat dalam pemodelan regresi linear berganda sehingga data yang didapat akan dianalisa lebih lanjut tanpa mendapati data yang bias

Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan dalam mengetahui apakah model regresi memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2017)

Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual dalam pengamatan yang lain (Ghozali, 2018)

Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan dalam menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu dalam periode t dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$

Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan dalam menguji apakah model regresi ada korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen yang ada (Ghozali, 2017)

Pengujian hipotesis

Uji secara bersama-sama (F)

Uji F dalam pengujian ini dimaksud untuk melihat apakah semua variabel bebas yang ada di metode mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Uji secara parsial (Uji t)

Uji t adalah salah satu uji statistik yang menguji kebenaran hipotesis penelitian dalam membandingkan tingkat populasi atau rata-rata parameter untuk memperoleh kesimpulan dalam mengenai populasi dan sampel yang sedang diteliti. Langkah-langkah pengujian t ini adalah:

Rumusan Hipotesis

Ho : tidak ada pengaruh signifikan terhadap pengaruh (X_1) terhadap variable terikat (Y).

Ho : tidak ada pengaruh signifikan terhadap (X_2) terhadap variable terikat (Y).

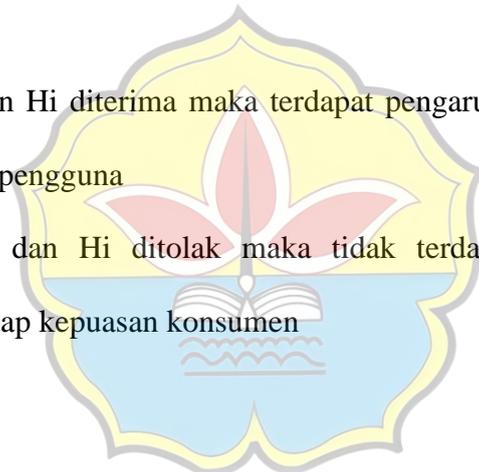
Hi : ada pengaruh signifikan terhadap pengaruh (X_1) terhadap variable terikat (Y).

Hi : ada pengaruh signifikan terhadap (X_2) terhadap variable terikat kepuasan (Y)

Kriteria Keputusan

Jika Ho ditolak dan Hi diterima maka terdapat pengaruh sikap dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna

Jika Ho diterima dan Hi ditolak maka tidak terdapat pengaruh sikap dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen



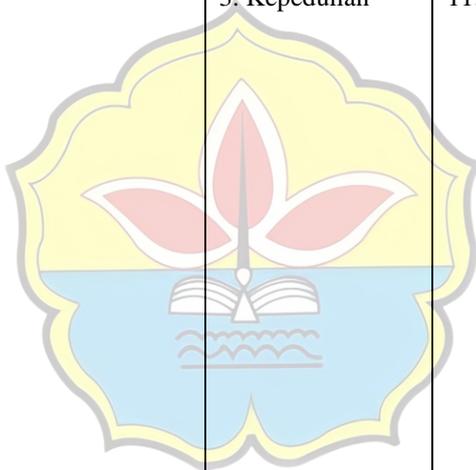
2.7.5.4 Definisi Operasional Variabel

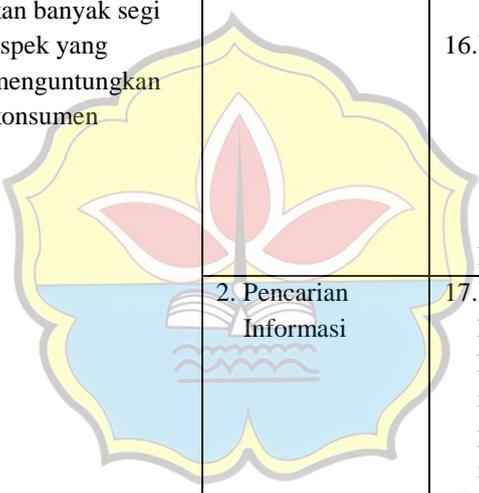
Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2013) adalah atribut atau nilai sifat dari orang, objek atau suatu kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang oleh peneliti sudah ditetapkan untuk dipelajari setelah itu ditarik kesimpulannya. Adapun definisi operasional variabel yang peneliti gunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.4
Variabel Operasional

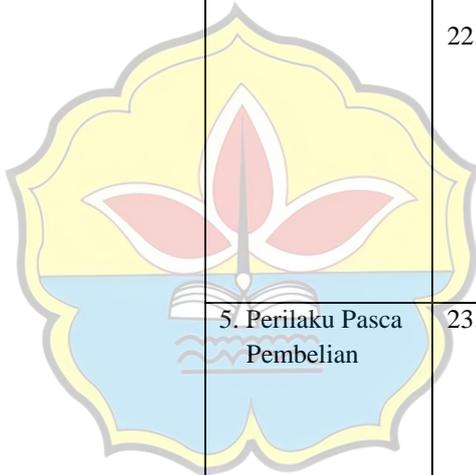
No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sub Indikator	Ukuran
1	Sikap (X1)	Sikap adalah reaksi individu terhadap situasi atau hal yang diyakini karena kemampuan seseorang dalam memenuhi harapan.	1. Mengenal Produk yang Akan Dibeli	1.Sudah mengenal sejak lama jasa grooming di Dexter petshop 2.Sudah mengenal Sejak lama jasa pet hotel di Dexter petshop	Ordinal
			2. Mengerti dan Memahami Produk yang Akan Dibeli	3.Mengerti tentang jasa antar jemput hewan yang ada di Dexter petshop 4.Mengerti tentang produk makanan hewan yang kering dan basah seperti whiskas, excel, royal canin yang dijual di Dexter petshop	
			3. Mengingat Produk yang Akan Dibeli	5.Langsung ingat Dexter petshop jika butuh produk kesehatan hewan seperti vitamin, kesehatan bulu kucing, shampo kutu, dan obat lainnya 6.Langsung ingat Dexter petshop jika butuh jasa pacak hewan peliharaan dan lahiran kucing	
2	Kepercayaan (X2)	Kepercayaan adalah hubungan dari dua belah pihak saling mempercayai dengan cara memberikan bukti	1. Keandalan	7.Dexter petshop konsisten dalam melakukan usaha dari dulu hingga sekarang 8.Dexter petshop tepat waktu dalam melakukan	Ordinal

				perjanjian dengan konsumen	
			2. Kejujuran	<p>9. Dexter petshop memberikan informasi yang sesuai dalam memberitahu jasa dan produk yang akan diberikan ke konsumen</p> <p>10. Dexter petshop memberikan produk yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen</p>	
			3. Kepedulian	<p>11. Dexter petshop mengutamakan konsumen dalam melakukan pelayanan transaksi jual beli seperti memberikan jasa antar jemput hewan dan barang serta dapat pembayaran via online atau tunai untuk mempermudah konsumen</p> <p>12. Dexter petshop menerima keluhan kesah dan saran baik konsumennya</p>	
			4. Kredibilitas	<p>13. Dexter petshop dapat dipercaya Konsumen karena ketepatan dalam memberi informasi dan memberi produk atau jasa sesuai yang dijanjikan</p> <p>14. Dexter petshop dapat meningkatkan</p>	



				kepercayaan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik secara moral dan kebutuhan produk atau jasa yang konsisten	
3	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan akhir konsumen dalam membeli barang atau jasa dengan sebelumnya telah mempertimbangkan banyak segi aspek yang menguntungkan konsumen	 <p>1. Pengenalan Masalah Kebutuhan</p> <p>2. Pencarian Informasi</p> <p>3. Evaluasi Alternatif</p>	<p>15. Konsumen tahu apa yang mereka butuhkan saat mereka mempertimbangkan barang apa yang akan mereka beli di Dexter petshop</p> <p>16. Konsumen tahu jasa apa yang mereka ingin gunakan saat mereka berada di Dexter petshop</p> <p>17. Konsumen datang ke Dexter petshop hanya ingin membeli produk yang mereka inginkan dari awal</p> <p>18. Konsumen datang ke Dexter petshop hanya ingin menggunakan jasa yang sudah mereka ketahui saja</p> <p>19. Konsumen Telah memperoleh gambaran dari evaluasi produk yang mereka pikirkan saat mengamati produk apa saja yang terdapat di Dexter petshop</p> <p>20. Konsumen</p>	Ordinal

				memilih produk yang telah mereka bandingkan kelebihan dan kekurangannya menurut dari hasil pikiran konsumen tersebut	
			4. Keputusan pembelian	<p>21. Dexter petshop memberikan tawaran pilihan alternatif saat konsumen sedang memikirkan produk apa yang paling mereka butuhkan</p> <p>22. Dexter petshop membantu konsumen dalam membatasi pilihan-pilihan produk yang sedang di amati konsumen</p>	Ordinal
			5. Perilaku Pasca Pembelian	<p>23. Konsumen mendapat kepuasan dari produk yang mereka beli di Dexter petshop</p> <p>24. Konsumen mendapat kepuasan dari jasa yang mereka gunakan di Dexter petshop</p>	



BAB III

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

3.1 Sejarah Singkat Dexter Petshop Kota Jambi

Dexter petshop hadir berawal dari pasangan owner pemilik Dexter petshop yaitu Heni yang sekarang sudah menjadi isterinya sejak kecil menyukai kucing dan memelihara kucing domestik atau yang sering kita sebut kucing kampung. Pada tahun 2015 ayah dari Heni memberikan hadiah kepada anaknya seekor kucing ras persia himalaya, pasangan dari pemilik petshop Dexter tersebut mulai mencari tau bagaimana cara-cara perawatan yang baik dan benar dikarenakan ada sedikit perbedaan dalam merawat kucing ras dan domestik. Bulu dari kucing ras persia himalaya yang lebih panjang dari kucing domestik mengakibatkan bulunya yang sering gimbal, rontok dan kadang berminyak menjadi memiliki perawatan yang lebih ekstra dalam merawat. Dalam memandikan kucing tersebutpun ternyata tidak terlalu mudah karena jika kurang telaten kucing bisa terkena flu dan demam saat selesai mandi bahkan kuping kucing bisa terinfeksi jamur jika tidak benar cara memandikan dan mengeringkannya. Tahun 2015 tersebut tidak banyak toko petshop yang hadir di kota Jambi bahkan untuk jasa grooming yang lumayan sulit di cari. Dari pengalaman tersebut mulailah pemilik Dexter petshop belajar cara memandikan kucing untuk membantu merawat peliharaan dari pasangannya tersebut. Dari perjalanan tersebut pemilik Dexter petshop yang awalnya membuka toko penjualan barang modif untuk motor beralih membuka usaha petshop.

Berdiri pada tahun 2016 dengan berletak alamat tempat di jalan kebun kopi dimulai dengan menjual makanan dan perlengkapan kucing, akhirnya owner dari Dexter petshop memperdalam pembelajar groomingnya lagi di Palembang dan Jakarta guna untuk mengambil sertifikat ahli dibidang tersebut. Setelah menurut owner dari Dexter petshop bahwa bisnis tersebut berjalan baik iapun memberanikan diri menambah makanan hewan lainnya seperti makanan ikan, makanan kadal serta peralatan dan juga hewan yang bisa di lepas adopt lainnya, selain itu pemilik tersebut sedikit demi sedikit menambah jasa yang diperlukan seperti jasa antar jemput, pet hotel, pacak, bahkan persalinan kucing jika dibutuhkan.

Untuk memperluas jangkauan koneksi dengan calon pembeli pada tahun 2017 Dexter petshop memulai acara gathering kucing setiap minggu pagi atau sore di kota baru dengan memiliki komunitas sekitar 98 teman yang memiliki kucing dapat hadir di acara tersebut untuk memperkenalkan hewan peliharaan mereka ke masyarakat dengan bertujuan untuk membangun koneksi hewan yang dapat dipelihara oleh manusia dapat menimbulkan rasa kasih saya dan kepedulian serta kebahagiaan untuk pemilik yang merawatnya dan hal tersebut ternyata dapat meningkatkan minat masyarakat untuk memelihara hewan peliharaan.

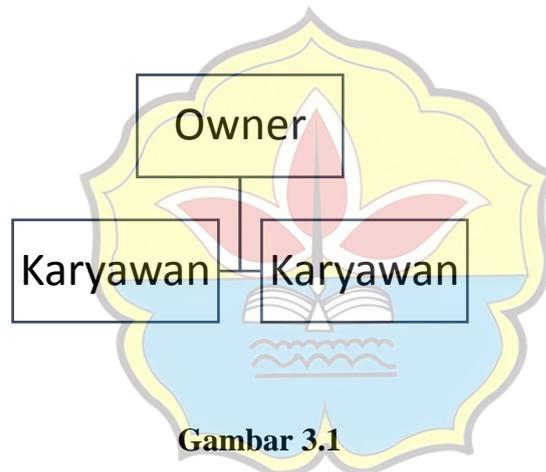
Berlangsungnya acara itu setiap minggu menimbulkan reaksi pemilik hewan peliharaan lain yang juga ingin memperkenalkan hewan peliharaannya mereka seperti kelinci, burung, ular dll yang ikut meramaikan acara gathering tersebut. Walaupun acara tersebut telah berhenti sejak pandemi covid mereka yang telah membentuk komunitas-komunitas baru, terjalinlah koneksi pertemanan baru yang

akhirnya mereka berinisiatif menggelar acara setiap satu tahun sekali di mal-mal seperti WTC dan juga Lippo. Acara tersebut mereka namai Animal lovers yang memperkenalkan hewan-hewan seperti kucing, anjing, ular, ikan, kadal, kelinci, kura-kura, sugar glider, burung, dan hewan-hewan yang mungkin akan ditambah selanjutnya. Acara tersebut selain dapat meningkatkan kebersamaan solidaritas dari komunitas para pecinta hewan lainnya mereka juga dapat masih bisa memperkenalkan hewan-hewan kesayangan mereka dan bagaimana cara perawatan untuk pemeliharaan ke masyarakat dapat juga meningkatkan citra toko petshop masing-masing ke calon pembeli. Acara tersebut sebenarnya juga bertujuan untuk memasarkan apa saja yang ada dan kelebihan dari petshop yang mereka tampilkan, hal ini juga bisa di sebut salah satu cara pemasaran agar menarik minat konsumen yang awalnya tidak mengetahui menjadi mengetahui dan setelah mengetahui ingin mempelajari serta akhirnya dapat menjadi salah satu pelanggan di petshop yang mereka minati.

Alamat Dexter petshop kota Jambi pernah berada di jalan H. adam malik kebun kopi tepatnya di depan masjid At-taufiq, dan setelah tahun 2025 Dexter petshop pindah di daerah Talang Bakung depan tropi mart, hal itu dilakukan agar lebih dekat dengan rumah dan efisien waktu pergi dan pulang dalam keberangkatan

3.2 Struktur Organisasi Dexter Petshop Kota Jambi

Struktur organisasi adalah bagian yang menentukan kedudukan seseorang dalam mengambil kewajiban tugas dan wewenang yang harus dilakukan perorang yang bersangkutan. Bentuk dan jenis organisasi yang di gunakan di Dexter petshop adalah flat structure dengan bentuk sederhana, yaitu otoritas tertinggi dimiliki oleh 1 pimpinan yaitu pemilik dari Dexter petshop itu sendiri dan garis selanjutnya ada 2 karyawan yang membantu dalam pekerjaan.



Gambar 3.1
Bagan Struktur Organisasi Dexter Petshop Kota Jambi

3.3 Ruang Lingkup Dexter Petshop Kota Jambi

Dexter petshop sendiri memiliki jasa yaitu diantara lain adalah:

1. Pet hotel
2. Grooming kucing
3. Lepas adopt hewan
4. Pacak

5. Menjual makanan hewan seperti kucing, ikan, hamster, kadal
6. Menjual obat-obatan hewan
7. Menjual aksesoris hewan
8. Antar jemput hewan

3.4 Pembagian Tugas di Dexter Petshop Kota Jambi

Owner (pemilik petshop):

- a. Sebagai pemilik petshop
- b. Mengelola pemasukan dan pengeluaran uang di Dexter petshop
- c. Menentukan strategi pemasaran
- d. Ikut serta dalam melakukan aktifitas penjualan di toko

Karyawan:

- a. Melayani pelanggan mulai dari memberi informasi dan juga melakukan aktifitas jual beli barang makan produk, jasa grooming, pet hotel, serta antar jemput hewan peliharaan
- b. Melaporkan persediaan yang kurang agar stok barang tidak kosong
- c. Bertanggung jawab atas kebersihan toko

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Dari kuisisioner peneliti yang sudah disebarakan sebanyak 98 orang pada Dexter petshop kota Jambi didapatkan karakteristik responden dengan sebagai berikut:

4.1.1 Karakteristik Responden

4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian responden berdasarkan identitas jenis kelamin dapat di lihat ditabel berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Menurut Identitas Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	56	57.1
Perempuan	42	42.9
Jumlah	98	100

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2025

Berdasarkan dari tabel di atas diketahui bahwa identitas responden menurut jenis kelamin di dominasi laki-laki yaitu sebanyak 57.1% sedangkan perempuan sebanyak 42.9%.

4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas Umur

Karakteristik responden berdasarkan identitas umur dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Menurut Identitas Umur

Umur Responden (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 20	3	3.1
21-30	68	69.2
31-40	25	25.5
41-50	1	1.1
>50	1	1.1
Jumlah	98	100

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa identitas responden menurut skala umur yang paling banyak berada di range antara 21-30 tahun yaitu sebanyak 68 orang atau 69.2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan di Dexter petshop kota Jambi berumur 21-30 tahun.

4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Identitas Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan identitas pekerjaan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Menurut Identitas Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Mahasiswa/i	12	12.2
PNS	20	20.4
Pengusaha	14	14.2
Karyawan Swasta	5	5.2
Polri/Tni	4	4.1
Lainnya	43	43.9
Jumlah	98	100

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa identitas responden menurut pekerjaan para pelanggan yang paling banyak datang ke Dexter petshop adalah pekerjaan lainnya yang berjumlah 43 orang pelanggan dengan persentase 43.9%.

4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Menurut Identitas Penghasilan

Penghasilan Perbulan (Juta)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 3	24	24.5
3-5	39	39.8
5-7	28	28.6
>7	7	7.1
Jumlah	98	100

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas yaitu proposi pengelompokan responden menurut penghasilan perbulan pelanggan yang datang ke Dexter petshop sebagian besar adalah 3-5 juta yaitu sebanyak 39 orang dengan jumlah persentase 39.8% dengan pendapatan 3-5 juta tiap bulannya.

4.1.2 Deskriptif Variabel Sikap (X_1)

Data dalam penelitian ini berasal dari data primer berupa kuisioner yang diajukan kepada konsumen petshop. Hasil kuisioner variabel sikap dengan item 6 pernyataan berkaitan dengan 3 indikator yang dibagikan dari sikap dexter petshop dapat diuraikan sebagai berikut:

4.1.2.1 Indikator Mengenal produk yang akan dibeli

Tabel 4.5

Hasil Skor Responden Indikator produk yang akan dibeli

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
1	Sudah mengenal sejak lama jasa grooming di Dexter petshop	0	0	13	45	40	419	Sangat Setuju
2	Sudah mengenal sejak lama jasa pet hotel di Dexter petshop	0	5	6	35	52	428	Sangat Setuju
Total							847	Sangat Setuju
Rata-Rata							423,5	Setuju

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuisioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di mana skor dari pernyataan sudah mengenal sejak lama jasa grooming di Dexter petshop yaitu sebesar 419 dengan keterangan Sangat Setuju, dan pernyataan sudah mengenal sejak lama jasa pet hotel di Dexter petshop dengan skor sebesar 428 dengan keterangan sangat setuju. Dilihat dari jumlah skor rata-rata adalah sebesar 423,5 dengan kategori sangat setuju.

4.1.2.2 Indikator Mengerti dan Memahami Produk yang akan dibeli

Tabel 4.5.1

Hasil Skor Responden Indikator produk yang akan dibeli

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
3	Mengerti tentang jasa antar jemput hewan yang ada di Dexter petshop	0	0	15	40	43	420	Sangat Setuju
4	Mengerti tentang produk makanan hewan yang kering dan basah seperti whiskes, excel, royal canin yang dijual di Dexter petshop	0	0	8	39	51	435	Sangat Setuju
Total							855	Sangat setuju
Rata-rata							427.5	

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuisioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di mana skor dari pernyataan Mengerti tentang jasa antar jemput hewan yang ada di Dexter petshop yaitu sebesar 420 dengan keterangan Sangat Setuju, dan pernyataan Mengerti tentang produk makanan hewan yang kering dan basah seperti whiskes, excel, royal canin yang dijual di Dexter petshop dengan skor sebesar 435 dengan keterangan sangat setuju. Dilihar dari sekor rata-rata diatas yaitu sebesar 427.5 dengan kategori sangat setuju.

4.1.2.3 Indikator Mengingat Produk yang akan dibeli

Tabel 4.5.2

Hasil Skor Responden Indikator yang akan dibeli

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
5	Langsung ingat Dexter petshop jika butuh produk kesehatan hewan seperti vitamin, kesehatan bulu kucing, shampo kutu, dan obat lainnya	0	0	17	32	49	424	Sangat Setuju
6	Langsung ingat Dexter petshop jika butuh jasa pacak hewan peliharaan dan lahiran kucing	0	0	18	26	54	428	Sangat Setuju
Total							852	Sangat Setuju
Rata-rata							426	Setuju

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuisioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di sampaikan pada kuisioner yang di mana skor dari pernyataan langsung ingat Dexter petshop jika butuh produk kesehatan hewan seperti vitamin, kesehatan bulu kucing, shampo kutu, dan obat lainnya yaitu sebesar 424 dengan kategori Sangat Setuju, dan pernyataan langsung ingat Dexter petshop jika butuh jasa pacak hewan peliharaan dan lahiran kucing dengan skor sebesar 428 dengan kategori sangat setuju. Dilihat dari skor rata-rata diatas yaitu 426 yang dikategorikan sangat setuju.

4.1.2.3.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Sikap (X₁)

Hasil rekap jawaban responden secara keseluruhan berdasarkan penilaian sikap dari dexter petshop.

Tabel 4.5.3

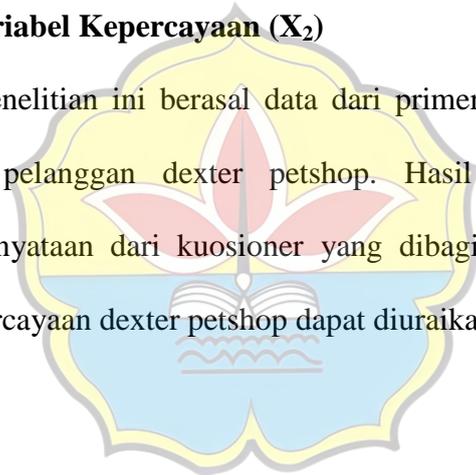
Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Sikap (X₁)

No	Pernyataan	Skor	Ket
Mengenal produk yang akan dibeli			
1	Sudah mengenal sejak lama jasa grooming di Dexter petshop	419	Sangat Setuju
2	Sudah mengenal sejak lama jasa pet hotel di Dexter petshop	428	Sangat Setuju
Total skor 1		423,5	Sangat Setuju
Mengerti dan memahami produk yang akan dibeli			
3	Mengerti tentang jasa antar jemput hewan yang ada di Dexter petshop	420	Sangat Setuju
4	Mengerti tentang produk makanan hewan yang kering dan basah seperti whiskes, excel, royal canin yang dijual di Dexter petshop	435	Sangat Setuju
Total Skor 2		427.5	Sangat Setuju
Mengingat produk yang akan dibeli			
5	Langsung ingat Dexter petshop jika butuh produk kesehatan hewan seperti vitamin, kesehatan bulu kucing, shampo kutu, dan obat Lainnya	424	Sangat Setuju
6	Langsung ingat Dexter petshop jika butuh jasa pacak hewan peliharaan dan lahiran kucing	428	Sangat Setuju
Total skor 3		426	Sangat Setuju
Total keseluruhan rata-rata		425,7	Sangat Setuju

Berdasarkan tabel tersebut dengan total keseluruhan rata-rata sebesar 425,7 yang dalam artian sikap yang baik pada dexter petshop jambi berada pada kriteria sangat setuju dengan rentang skala 411.6 - 490. Konsumen menempatkan indikator Mengerti tentang produk makanan hewan yang kering dan basah seperti whiskes, excel, royal canin yang dijual di Dexter petshop sebagai jawaban tertinggi dengan pernyataan dengan skor sebesar 435. Sedangkan jawaban terendah berkaitan dengan indikator Sudah mengenal sejak lama jasa grooming di Dexter petshop dengan total skor 419.

4.1.3 Deskriptif Variabel Kepercayaan (X_2)

Data dalam penelitian ini berasal data dari primer berupa kuosioner yang diajukan kepada pelanggan dexter petshop. Hasil kuosioner kepercayaan berdasarkan 8 pernyataan dari kuosioner yang dibagikan, berkaitan dengan 4 indikator dari kepercayaan dexter petshop dapat diuraikan sebagai berikut:



4.1.3.1 Indikator Keandalan

Tabel 4.6

Hasil Skor responden indikator Keandalan

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
7	Dexter petshop konsisten dalam melakukan usaha dari dulu hingga sekarang	0	0	5	66	27	414	Sangat Setuju
8	Dexter petshop tepat waktu dalam melakukan perjanjian dengan konsumen	0	0	3	54	41	430	Sangat Setuju
Total							844	Sangat Setuju
Rata-Rata							422	Setuju

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuisioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di sampaikan pada kuisioner yang mana skor dari pernyataan Dexter petshop konsisten dalam melakukan usaha dari dulu hingga sekarang yaitu sebesar 414 dengan ketegori Sangat Setuju, dan pernyataan Dexter petshop tepat waktu dalam melakukan perjanjian dengan konsumen dengan skor sebesar 430 dengan kategori sangat setuju. Dilihat dari rata-rata diatas yaitu sebesar 422 dengan kategori sangat setuju.

4.1.3.2 Indikator Kejujuran

Tabel 4.6.1

Hasil Skor Responden Indikator Kejujuran

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
9	Dexter petshop memberikan informasi yang sesuai dalam memberitahu jasa dan produk yang akan diberikan ke konsumen	0	0	0	37	61	453	Sangat Setuju
10	Dexter petshop memberikan produk yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen	0	0	0	25	73	465	Sangat Setuju
Total							918	Sangat Setuju
Rata-Rata							459	

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuosioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di sampaikan pada kuisisioner yang mana skor dari pernyataan Dexter petshop memberikan informasi yang sesuai dalam memberitahu jasa dan produk yang akan diberikan ke konsumen yaitu sebesar 453 dengan kategori Sangat Setuju, dan pernyataan Dexter petshop memberikan produk yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen dengan skor sebesar 465 dengan kategori sangat setuju. Dilihat dari rata-rata yaitu sebesar 459 dengan kategori sangat setuju.

4.1.3.3 Indikator Kepedulian

Tabel 4.6.2

Hasil Skor Responden Indikator Kepedulian

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
11	Dexter petshop mengutamakan Konsumen dalam melakukan pelayanan transaksi jual beli seperti memberikan jasa antar jemput hewan dan barang serta dapat pembayaran via online atau tunai untuk mempermudah konsumen	0	0	0	37	61	453	Sangat Setuju
12	Dexter petshop menerima keluhan kesah dan saran baik konsumennya	0	0	0	41	57	449	Sangat Setuju
Total							902	Sangat setuju
Rata-rata							451	

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuosioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di sampaikan pada kuisisioner yang di mana skor dari pernyataan Dexter petshop mengutamakan konsumen dalam melakukan pelayanan transaksi jual beli seperti memberikan jasa antar jemput hewan dan barang serta dapat pembayaran via online atau tunai untuk mempermudah konsumen yaitu sebesar 453 dengan ketegori Sangat Setuju, dan pernyataan Dexter petshop menerima keluhan kesah dan saran baik konsumen dengan skor sebesar 449 dengan kategori sangat setuju. Dilihat dari rata-rata diatas yaitu sebesar 451 dengan kategori berada pada skala sangat tinggi



4.1.3.4 Indikator Kredibilitas

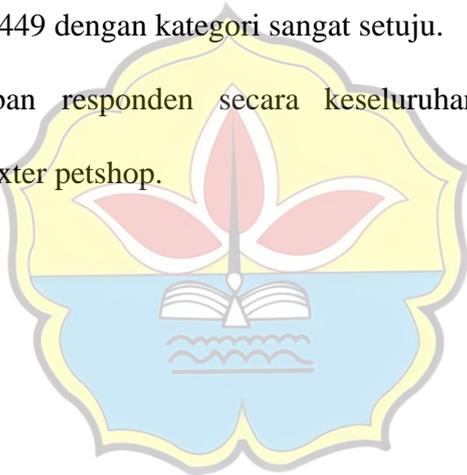
Tabel 4.6.3

Hasil Skor Responden Indikator Kredibilitas

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
13	Dexter petshop dapat dipercaya Konsumen karena ketepatan dalam memberi informasi dan memberi produk atau jasa sesuai yang dijanjikan	0	0	0	40	58	450	Sangat Setuju
14	Dexter petshop Dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik secara moral dan kebutuhan produk atau jasa yang konsisten	0	0	1	40	57	448	Sangat Setuju
Total							898	Sangat Setuju
Rata-rata							449	

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuosioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di sampaikan pada kuisisioner yang mana skor dari pernyataan Dexter petshop dapat dipercaya konsumen karena ketepatan dalam memberi informasi dan memberi produk atau jasa sesuai yang dijanjikan dengan skor yaitu sebesar 450 dengan ketegori Sangat Setuju, dan pernyataan Dexter petshop Dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik secara moral dan kebutuhan produk atau jasa yang konsisten dengan skor sebesar 448 dengan kategori sangat setuju. Dilihat dari rata-rata diatas yaitu sebesar 449 dengan kategori sangat setuju.

Hasil rekap jawaban responden secara keseluruhan berdasarkan penilaian kepercayaan dari dexter petshop.



4.1.3.4.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X₂)

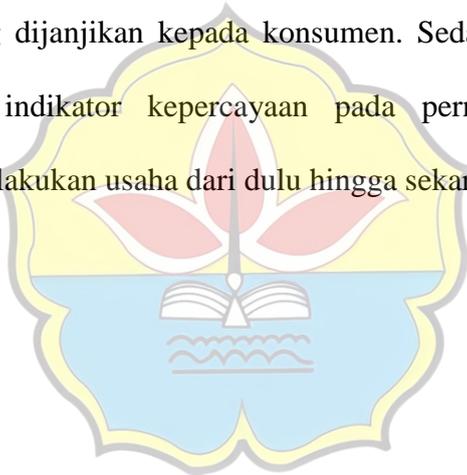
Tabel 4.6.4

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X₂)

No	Pernyataan	Skor	Ket
Keandalan			
7	Dexter petshop konsisten dalam melakukan usaha dari dulu hingga sekarang	414	Sangat Tinggi
8	Dexter petshop tepat waktu dalam melakukan perjanjian dengan konsumen	430	Sangat Tinggi
Total skor 1		422	Sangat Tinggi
Kejujuran			
9	Dexter petshop memberikan informasi yang sesuai dalam memberitahu jasa dan produk yang akan diberikan ke konsumen	453	Sangat Tinggi
10	Dexter petshop memberikan produk yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen	465	Sangat Tinggi
Total Skor 2		459	Sangat Tinggi
Kepedulian			
11	Dexter petshop mengutamakan konsumen dalam melakukan pelayanan transaksi jual beli seperti memberikan jasa antar jemput hewan dan barang serta dapat pembayaran via online atau tunai untuk mempermudah konsumen	453	Sangat Tinggi
12	Dexter petshop menerima keluhan dan saran baik konsumennya	449	Sangat Tinggi
Total skor 3		451	Sangat Tinggi
Kredibilitas			
13	Dexter petshop dapat dipercaya konsumen karena ketepatan dalam memberi informasi dan memberi produk atau jasa sesuai yang dijanjikan	450	Sangat Tinggi
14	Dexter petshop dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memberikan	448	Sangat Tinggi

	pelayanan yang baik secara moral dan kebutuhan produk atau jasa yang konsisten		
Total skor 4		449	Sangat Tinggi
	Total keseluruhan rata-rata	445,25	Sangat Tinggi

Berdasarkan tabel diatas dengan total keseluruhan rata-rata sebesar 445,25 artinya kepercayaan pada dexter petshop berada pada kritesia sangat tinggi yang berada pada skala 411,6 - 490. Responden menempatkan indikator paling tinggi dengan skor 465 dengan pernyataan Dexter petshop memberikan produk yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen. Sedangkan jawaban terendah berkaitan dengan indikator kepercayaan pada pernyataan Dexter petshop konsisten dalam melakukan usaha dari dulu hingga sekarang dengan skor 414.



4.1.4 Deskriptif Keputusan Pembelian Y

Data dalam penelitian ini berasal dari data primer berupa kuosioner yang diajukan kepada konsumen dexter petshop. Hasil Kuosioner Keputusan pembelian berdasarkan 10 pernyataan dari kuosioner yang dibagikan. Berkaitan dengan 5 indikator dari keputudsn pembeli dexter petshop yang diuraikan sebagai berikut:

4.1.4.1 Pengenalan Masalah kebutuhan

Tabel 4.7

Hasil Skor Responden Indikator Masalah Kebutuhan

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
15	Konsumen tahu apa yang mereka butuhkan saat mereka mempertimbangkan barang apa yang akan mereka beli di Dexter petshop	0	0	1	45	52	443	Sangat Setuju
16	Konsumen tahu jasa apa yang mereka ingin gunakan saat mereka berada di Dexter petshop	0	0	1	43	54	445	Sangat Setuju
Total							888	Sangat
Skor rata-rata							444	setuju

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuosioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di sampaikan yang dimana skor dari pernyataan konsumen tahu apa yang mereka butuhkan saat mereka mempertimbangkan barang apa yang akan mereka belidi Dexter petshop yaitu sebesar 443 dengan kategori Sangat Setuju, dan pernyataan konsumen tahu jasa apa yang mereka ingin gunakan saat mereka berada di Dexter petshop dengan skor sebesar 445 dengan kategori sangat setuju. Dilihat dari rata-rata diatas yaitu sebesar 444 dengan kategori sangat setuju.



4.1.4.2 Pencarian Informasi

Tabel 4.7.1

Hasil Skor Responden Indikator Pencarian Informasi

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
17	Konsumen datang ke Dexter petshop hanya ingin membeli produk yang mereka inginkan dari awal	0	0	18	57	23	397	Setuju
18	Konsumen datang ke Dexter petshop hanya ingin menggunakan jasa yang sudah mereka ketahui saja	0	0	18	51	29	403	Setuju
Total							800	Setuju
Skor rata-rata							400	

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuosioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di sampaikan pada kuisisioner yang mana skor dari pernyataan Konsumen datang ke Dexter petshop hanya ingin membeli produk yang mereka inginkan dari awal yaitu sebesar 397 dengan ketegori Setuju, dan pernyataan konsumen datang ke Dexter petshop hanya ingin menggunakan jasa

yang sudah mereka ketahui saja dengan skor sebesar 403 dengan kategori setuju.

Dilihat dari rata-rata diatas yaitu sebesar 400 dengan kategori setuju.

4.1.4.3 Evaluasi Alternatif

Tabel 4.7.2
Hasil Skor Responden Indikator Alternatif

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
19	Konsumen telah memperoleh gambaran dari evaluasi produk yang mereka pikirkan saat mengamati produk apa saja yang terdapat di Dexter petshop	0	0	18	53	27	401	Setuju
20	Konsumen memilih produk yang telah mereka bandingkan kelebihan dan kekurangannya menurut dari hasil pikiran konsumen tersebut	0	0	0	41	57	449	Sangat Setuju
Total							850	Sangat
Skor rata-rata							425	Setuju

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuosioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di sampaikan pada konsumen yang dimana skor dari pernyataan Konsumen telah memperoleh gambaran dari evaluasi produk yang mereka pikirkan saat mengamati produk apa saja yang terdapat di Dexter petshop yaitu sebesar 401 dengan ketegori Setuju, dan pernyataan Konsumen memilih produk yang telah mereka bandingkan kelebihan dan kekurangannya menurut dari hasil pikiran konsumen tersebut dengan skor sebesar 449 dengan kategori sangat setuju. Dilihat dari rata-rata diatas yaitu sebesar 425 dengan kategori sanagat setuju.



4.1.4.4 Keputusan Pembelian

Tabel 4.7.3

Hasil Skor Responden Indikator Pembelian

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
21	Dexter petshop memberikan tawaran pilihan alternatif saat konsumen sedang memikirkan produk apa yang paling mereka butuhkan	0	0	0	19	79	471	Sangat Setuju
22	Dexter petshop Membantu konsumen dalam membatasi pilihan-pilihan produk yang sedang diamati konsumen	0	0	2	19	77	467	Sangat Setuju
Total							938	Sangat Setuju
Skor rata-rata							469	Setuju

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuosioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di sampaikan pada konsumen yang mana skor dari pernyataan Dexter petshop memberikan tawaran pilihan alternatif saat konsumen sedang memikirkan produk apa yang paling mereka butuhkan yaitu sebesar 471 dengan ketegori sangat Setuju, dan pernyataan Dexter petshop

membantu konsumen dalam membatasi pilihan-pilihan produk yang sedang di amati konsumen dengan skor sebesar 467 dengan kategori sangat setuju. Dilihat dari rata-rata diatas yaitu sebesar 469 dengan kategori sangat setuju.

4.1.4.5 Perilaku pasca pembelian

Tabel 4.7.4

Hasil Skor Responden Indikator Perilaku pasca Pembelian

NO	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
23	Konsumen mendapat kepuasan dari produk yang mereka beli di Dexter petshop	0	0	0	37	61	453	Sangat Setuju
24	Konsumen mendapat kepuasan dari jasa yang mereka gunakan di Dexter petshop	0	0	0	34	64	456	Sangat Setuju
Total							909	Sangat
Skor rata-rata							454,	setuju
							5	

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui hasil kuosioner dari 98 responden tentang pernyataan yang di sampaikan pada kuisioner yang mana skor dari pernyataan konsumen mendapat kepuasan dari produk yang mereka beli di Dexter petshop yaitu sebesar 453 dengan ketegori sangat Setuju, dan pernyataan

konsumen mendapat kepuasan dari jasa yang mereka gunakan di Dexter petshop dengan skor sebesar 456 dengan kategori sangat setuju. Dilihat dari rata-rata diatas yaitu sebesar 454,5 dengan kategori sangat setuju.

4.1.4.5.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan pembelian Y

Tabel 4.7.5

Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan pembelian Y

No	Pernyataan	Skor	Ket
Pengenalan masalah kebutuhan			
15	Konsumen tahu apa yang mereka butuhkan saat mereka mempertimbangkan barang apa yang akan mereka beli di Dexter petshop	443	Sangat Tinggi
16	Konsumen tahu jasa apa yang mereka ingin gunakan saat mereka berada di Dexter petshop	445	Sangat Tinggi
Total skor 1		444	Sangat Tinggi
Pencarian informasi			
17	Konsumen datang ke Dexter petshop hanya ingin membeli produk yang mereka inginkan dari awal	397	Tinggi
18	Konsumen datang ke Dexter petshop hanya ingin menggunakan jasa yang sudah mereka ketahui saja	403	Tinggi
Total Skor 2		400	Tinggi
Evaluasi Alternatif			
19	Konsumen telah memperoleh gambaran dari evaluasi produk yang mereka pikirkan saat mengamati produk apa saja yang terdapat di Dexter petshop	401	Tinggi
20	Konsumen memilih produk yang telah mereka bandingkan kelebihan dan kekurangannya menurut dari hasil pikiran	449	Sangat Tinggi

	konsumen tersebut		
Total skor 3		425	Sangat Tinggi
Keputusan Pembelian			
21	Dexter petshop memberikan tawaran pilihan alternatif saat konsumen sedang memikirkan produk apa yang paling mereka butuhkan	471	Sangat Tinggi
22	Dexter petshop membantu konsumen dalam membatasi pilihan-pilihan produk yang sedang di amati konsumen	467	Sangat Tinggi
Total Skor 4		469	Sangat Tinggi
Perilaku pasca pembeli			
23	Konsumen mendapat kepuasan dari produk yang mereka beli di Dexter petshop	453	Sangat tinggi
24	Konsumen mendapat kepuasan dari jasa yang mereka gunakan di Dexter petshop	456	Sangat tinggi
Total skor 5		454,5	Sangat Tinggi
Total keseluruhan rata-rata		438,5	Sangat Tinggi

Berdasarkan tabel diatas dengan total keseluruhan rata-rata sebesar 438,5 artinya Keputusan pembeli pada dexter petshop berada pada kritesia sangat tinggi yang berada pada skala 411,6-490. Responden menempatkan indikator paling tinggi pada pernyataan Dexter petshop memberikan tawaran pilihan alternatif saat konsumen sedang memikirkan produk apa yang paling mereka butuhkan dengan skor 471. Sedangkan jawaban terendah berkaitan dengan indikator Konsumen

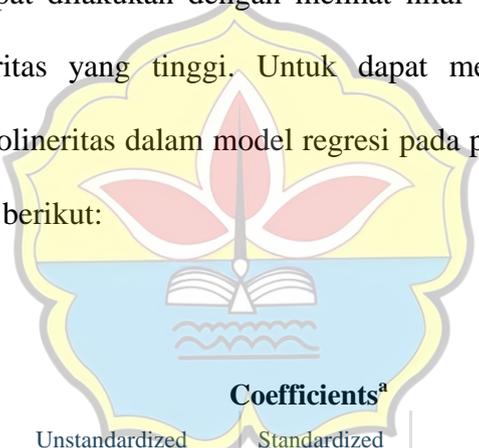
datang ke Dexter petshop hanya ingin membeli produk yang mereka inginkan dari awal dengan skor 397.

4.1.5 Pengaruh Sikap (X_1) dan Kepercayaan (X_2) Terhadap Keputusan

Pembelian di Dexter Petshop Kota Jambi (Y)

4.1.5.1 Uji Multikolimeritas

Uji Murikolimeritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (indiependen) dengan uji multikolineritas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolineritas yang tinggi. Untuk dapat menentukan apakah dapat menentukan multikolineritas dalam model regresi pada penelitian ini dapat dilihat dari VIF pada tabel berikut:



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24.705	3.686		6.702	.000		
	X1	.314	.111	.332	2.842	.005	.531	1.884
	X2	.326	.137	.277	2.376	.020	.531	1.884

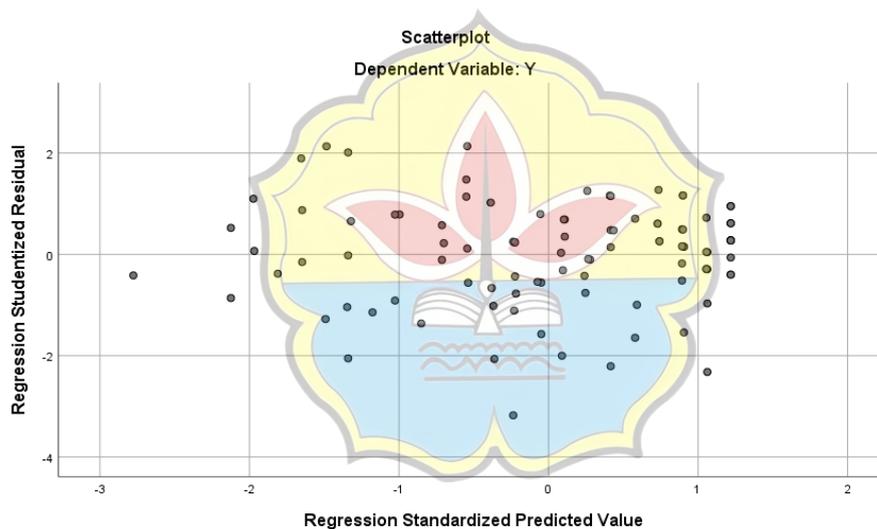
a. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil pengujian regresi yang telah dilakukan menyatakan bahwa pada setiap variabel bebeas tidak terdapat nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besaar dari 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antara variabel bebas dan menunjukan

bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas dalam mode regresi.

4.1.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi Ketika samaan Variance dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedasitas dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara lain prediksi variabel terikat dependen dan residual. Uji heterokedesitas menghasilkan grafik pola menyebar titik-titik pada gambar.



Berdasarkan analisis grafik scatterplot pada gambar diatas menunjukkan tidak ada pola yang jelas sehingga dapat dinyatakan bahwa dalam penelinitian ini tidak terjadi heterokedasitas.

4.1.5.3 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data variable yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan Teknik *Kolmogrov-smirnov* (K-S). Adapun kriteria dalam menafsirkan untuk menentukan normal atau tidaknya data dengan mengacu pada kriteria sebagai berikut :

Apabila nilai signifikan yang didapatkan $> 0,05$ maka data yang diperoleh dapat ditafsirkan berdistribusi normal atau nilai Asymp.Sig $> 0,05$.

Apabila nilai signifikan yang diperoleh $< 0,05$ maka data yang diperoleh dapat ditafsirkan tidak berdistribusi normal atau nilai Asymp.Sig $< 0,05$.

Data yang diteliti telah diolah menggunakan SPSS version 20 diperoleh hasil output sebagai berikut :

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.96662424
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.051
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

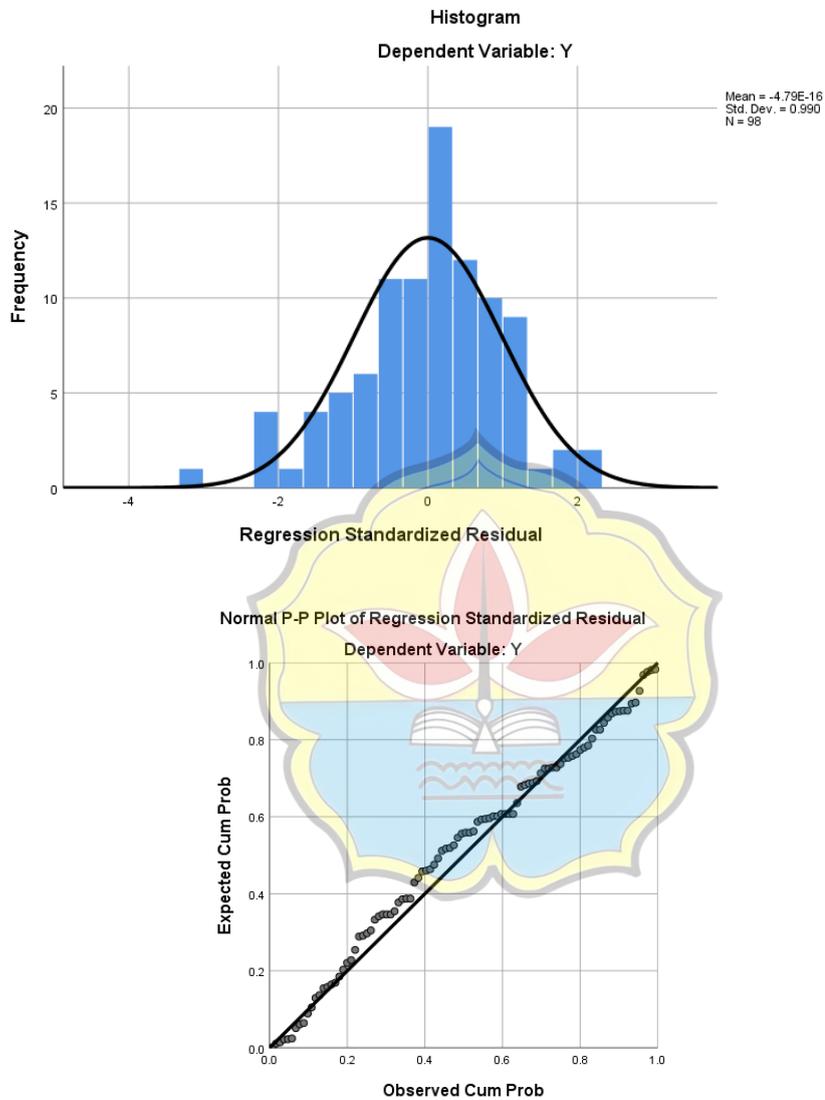
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil table diatas diketahui bahwa nilai dari Asymp.Sig dari Tiga Variabel yaitu sebesar $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variable tersebut **berdistribusi normal**.

Jika uji normalitas melihat histogram dan plots , maka hasilnya sebagai

berikut:



Dijelaskan dari histogram dan plots diatas menunjukkan pola masih mengikuti arah garis dan tidak jauh melenceng dari garis normal, maka data dalam penelitian ini normal.

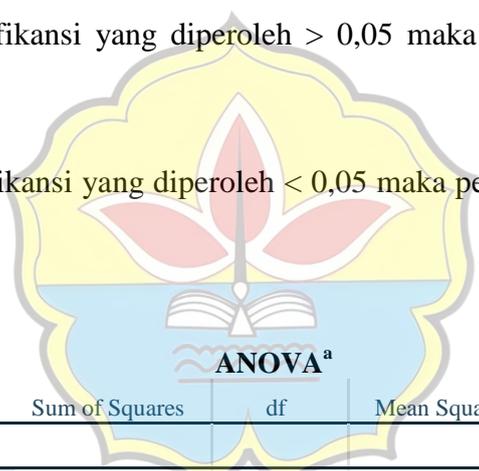
4.1.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Uji analisis Regresi yaitu cara menghitung besaran pengaruh variabel sikap, kepercayaan terhadap variabel keputusan pembelian. Peneliti menggunakan jenis analisis regresi Berganda yang mana pada penelitian ini terdapat dua variabel X dan satu variabel Y. untuk menguji besarnya pengaruh, peneliti menggunakan bantuan SPSS *version 26*.

Selanjutnya hasil perhitungan SPSS Versi 20 dilihat dari table anova, menurut Sutja, Dkk (2017 :128) Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu :

Apabila nilai signifikansi yang diperoleh $> 0,05$ maka penelitian tersebut tidak memiliki pengaruh

Apabila nilai signifikansi yang diperoleh $< 0,05$ maka penelitian tersebut memiliki pengaruh.



Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	388.939	2	194.470	21.641	.000 ^b
	Residual	853.683	95	8.986		
	Total	1242.622	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Adapun hasil table diatas menjelaskan bahwa nilai F hitung pada penelitian ini sebesar 21,641 dengan Tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang dalam artian model regresi penelitian ini dapat dipakai untuk memprediksi variabel atau dengan kata lain ada pengaruh antara variabel sikap dan kepercayaan terhadap Keputusan pembeli.

Dan Adapun uji tabel T yang diolah menggunakan SPSS version 20, yang hasilnya di bawah ini yaitu :

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	24.705	3.686		6.702	.000
	X1	.314	.111	.332	2.842	.005
	X2	.326	.137	.277	2.376	.020

a. Dependent Variable: Y

Hasil perhitungan koefisien regresi sederhana di atas menunjukkan nilai konstanta koefisien sebesar 24,705 koefisien variabel bebas sikap (X_1) sebesar 0,314 dan koefisien variabel kepercayaan (X_2) sebesar 0,326 sehingga regresi berganda $Y = 24,705 + 0,314 \cdot X_1 + 0,326 \cdot X_2 + \epsilon$

Berdasarkan persamaan di atas diketahui nilai konstanta sebesar 24,705. Secara sistematis nilai konstanta tersebut menunjukkan bahwa Sikap dan kepercayaan bernilai 0 sehingga keputusan pembelian bernilai 24,705. Selain itu, nilai positif dari dua variabel bebas yang terdapat pada koefisien sikap dan kepercayaan menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel sikap dan kepercayaan dengan keputusan pembelian di dexter petshop adalah positif, Artinya hipotesis diterima karena pengaruh sikap dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di dexter petshop terbukti.

4.1.5.5 Uji Determinasi

peneliti menggunakan bantuan SPSS *version 26*.

Model	R	R ²	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 ^a	.313	.299	2.998

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan uji determinasi bahwa diperoleh besarnya nilai hubungan/korelasi (R) yaitu sebesar 0,559. Artinya besarnya pengaruh dari Variabel bebas (X_1), (X_2), terhadap variabel terikat (Y) disebut dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil dari (R^2) yang dimaknai bahwa pengaruh pada variabel sikap dan kepercayaan Keputusan pembelian yakni sebesar 31,3% sedangkan sisanya 68,7% yang dipengaruhi oleh factor-faktor lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini.

4.1.5.6 Uji Hipotesis

4.1.5.6.1 Uji F

Selanjutnya hasil perhitungan SPSS Versi 26 dilihat dari table anova, menurut Sutja, Dkk (2017 :128) Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu : Apabila nilai signifikansi yang diperoleh $> 0,05$ maka penelitian tersebut tidak memiliki pengaruh.

Apabila nilai signifikansi yang diperoleh $< 0,05$ maka penelitian tersebut memiliki pengaruh

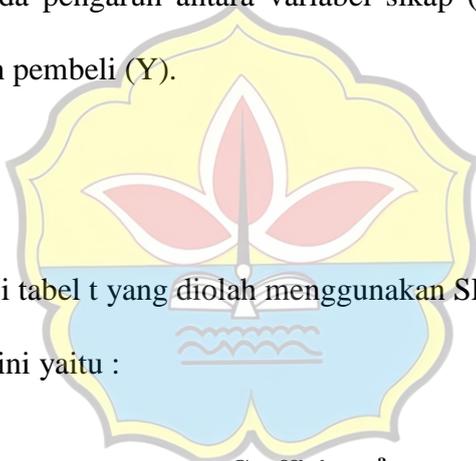
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	388.939	2	194.470	21.641	.000 ^b
	Residual	853.683	95	8.986		
	Total	1242.622	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Adapun hasil table diatas menjelaskan bahwa nilai F hitung pada penelitian ini sebesar 21,641 dengan Tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang dalam artian model regresi penelitian ini dapat dipakai untuk memperediksi variabel atau dengan kata lain ada pengaruh antara variabel sikap (X_1) dan kepercayaan(X_2) terhadap Keputusan pembeli (Y).



4.1.5.6.2 Uji t

Dan Adapun uji tabel t yang diolah menggunakan SPSS version 20, yang hasilnya di bawah ini yaitu :

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.705	3.686		6.702	.000
	X1	.314	.111	.332	2.842	.005
	X2	.326	.137	.277	2.376	.020

a. Dependent Variable: Y

Penelitian ini dilakukan terhadap 98 responden yang terpilih untuk dijadikan sampel. Berdasarkan tabel diatas dijelaskan Dari hasil uji regresi secara parsial, diperoleh nilai T tabel X_1 sebesar $2,842 > 1,66055$ (T tabel) yang menunjukkan bahwa variabel sikap (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian di dexter petshop. Dan sedangkan pada T hitung pada variabel Kepercayaan (X_2) Thitung nya sebesar $2,376 > 1,666055$ (T tabel) yang menunjukan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian di dexter petshop.

4.2 Analisis dan Pembahasan

4.2.1 Analisis Karakteristik

Melalui kuisisioner peneliti yang sudah disebarakan sebanyak 98 orang pada Dexter Petshop Kota Jambi didapatkan karakteristik dengan identitas jenis kelamin paling banyak pada laki-laki yang datang ke Dexter Petshop sebanyak 56 orang dengan persentase 57,1%.

Selanjutnya berdasarkan identitas responden menurut skala umur yaitu paling banyak berada di antara 21-30 tahun dengan jumlah 68 orang dengan persentase 69,2%.

Sedangkan menurut karakteristik responden menurut kriteria pekerjaan para konsumen yang paling banyak datang yaitu PNS dengan jumlah 43 orang dengan persentase 43,9%.

Terakhir untuk karakteristik responden menurut penghasilan terbanyak yang didapat selama perbulan sebanyak 3-5 juta dengan jumlah konsumen yang sudah di data yaitu sebanyak 39 orang.

4.2.2 Analisis Sikap

Berdasarkan hasil 98 reponden pada hasil kuisisioner dari variabel sikap menunjukkan bahwa indikator tertinggi berada pada pernyataan mengerti tentang produk makanan hewan yang kering dan basah seperti whiskas, excel, royal canin yang dijual di Dexter Petshop dengan skor 435. Sedangkan pernyataan respon dengan indikator terendah yaitu ada pada pernyataan sudah mengenal sejak lama jasa grooming di Dexter Petshop dengan skor 419. Pernyataan Skor tertinggi dan terendah ini berada pada 419 dan 435 berada direntang skala yaitu 411,6 – 490 yang berarti masuk dalam katagori kriteria sangat tinggi.

4.2.3 Analisis Kepercayaan

Berdasarkan hasil 98 reponden pada hasil kuisisioner dari variabel kepercayaan menunjukkan bahwa indikator tertinggi berada pada pernyataan Dexter Petshop memberikan produk yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen dengan skor 465. Sedangkan pernyataan respon dengan indikator terendah yaitu ada pada pernyataan Dexter Petshop konsisten dalam melakukan usaha dari dulu hingga sekarang dengan skor 414. Pernyataan Skor tertinggi dan terendah ini berada pada 465 dan 414 berada direntang skala yaitu 411,6 – 490 yang berarti masuk dalam katagori kriteria sangat tinggi.

4.2.4 Analisis Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil 98 responden pada hasil kuisioner dari variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa indikator tertinggi berada pada pernyataan Dexter Petshop memberikan tawaran pilihan alternatif saat konsumen sedang memikirkan produk apa yang paling mereka butuhkan dengan skor 471, sedangkan untuk pernyataan terendah berada pada pernyataan konsumen datang ke Dexter Petshop hanya ingin membeli produk yang mereka inginkan dari awal dengan skor 397. Pernyataan Skor tertinggi dan terendah ini berada pada 471 dan 397, untuk skor terendah berada direntang skala yaitu 33,2-411 termasuk pada kriteria tinggi lalu untuk skor tertinggi berada pada rentang skala 411,6 – 490 yang berarti masuk dalam katagori kriteria sangat tinggi.

4.2.5 Analisis Pengaruh Sikap dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 26 diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu $Y = 24,705 + 0,324 \cdot X_1 + 0,326 \cdot X_2$ dan persamaan tersebut dapat dikatakan bahwa variabel sikap dan Kepercayaan dapat dijadikan sebuah patokan untuk Keputusan pembelian pada pembeli dexter petshop dapat dilihat dari nilai koefisen regresi sebesar 0,324 dan 0,326.

Nilai koefisien determinasi yang dipeorleh sebesar 0,313 atau 31,3% yang artinya berpengaruh sikap dan kepercayaan terhadap Keputusan pembelian dexter petshop. Sedangkan sisanya bberpengaruh dari faktor lain.

Nilai F hitung pada penelitian ini sebesar 21,641 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya model regresi ini dipakai untuk memprediksi pengaruh antara variabel sikap dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan diatas maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Sikap (X_1) dengan skor rata-rata 425,7 pada sikap pembelian berada kategori sangat tinggi, kepercayaan (X_2) dengan skor rata-rata 445,25 pada kepercayaan pembelian di dexter petshop berada pada kategori sangat tinggi dan keputusan pembelian (Y) dengan skor rata-rata 438,5 pada pembelian di dexter petshop berada kategori sangat baik.
2. Berdasarkan uji determinasi diperoleh besarnya nilai hubungan/korelasi (R) yaitu sebesar 0,559. Artinya besarnya pengaruh dari Variabel bebas (X_1), (X_2), terhadap variabel terikat (Y) disebut dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil dari (R^2) dimaknai bahwa pengaruh pada variabel sikap, kepercayaan dan Keputusan pembelian sebesar 31,3% sedangkan sisanya 68,7% yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diamati dalam penelitian ini.
3. Tanggapan responden terhadap sikap, kepercayaan dan keputusan pembelian berada diposisi sangat tinggi. Dapat dilihat bahwa variabel teori kepercayaan dengan rata-rata skor 444,75 berada dikategori sangat setuju. Sikap mendapatkan rata-rata skor sebesar 425,8 dengan kategori sangat setuju. Sedangkan variabel Keputusan pembelian mendapatkan skor rata-rata sebesar 438,5 dan berada pada kategori sangat.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang di paparkan diatas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Dexter Petshop hendaknya melakukan peningkatan pada variabel keputusan pembelian dalam pencarian produk. Selanjutnya Dexter Petshop hendaknya juga melakukan peningkatan pada keputusan pembelian dalam variabel evaluasi alternatif. Dengan demikian konsumen akan melakukan keputusan pembelian pada produk yang dijual pada Dexter Petshop.
2. Dari hasil koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,559 atau 31,3% yang artinya berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam variabel keputusan pembelian dan kepercayaan dalam variabel kejujuran. Maka dari itu keputusan pembelian diperuntukkan untuk penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti variabel lainnya dengan menggunakan skripsi ini sebagai referensi sehingga memperoleh hasil yang bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian Dexter Petshop.

Daftar Pustaka

- Sumarwan, Ujang, (2011), **Perilaku Konsumen**, Bogor: Ghalia Indonesia
- Sangadji, Mamang & Sopiah, (2021), **Perilaku Konsumen**, Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Razak, Mashur, (2016), **Perilaku Konsumen**, Makasar: Alaudin University Press
- Sarjono, Utomo & Togar, (2019), **Apakah Manajemen Adalah Sains**, Bandung: ITB Bandung
- Rifa'i, Khamdan, (2022), **Kepuasan Konsumen**, Jawa Timur: UIN KHAS Press
- Fandy T, G Chandra & Dadi A, (2008), **Pemasaran Strategik**, Yogyakarta: Andi
- Didin F & Nanang F, (2019), **Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan)**, Yogyakarta: Deepublish
- Wardi, Yunia, (2016), **Pemasaran jasa: Realitas di Indonesia**, Padang: Sukabina Press
- Indrasari, Meithiana, (2019), **Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan**, Surabaya: UNITOMO Press
- Vekky S, N Henrietta & Mikke R,M, (2020), **Perilaku Konsumen**, Manado: POLIMDO Press
- Kuncoro, Mudrajad, (2013), **Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi**, Edisi 4, Jakarta: Erlangga
- Sungkawati, Endang et al, (2022), **Perilaku Konsumen**, Jawa Tengah: CV Eureka Media Aksara
- Fandy, Tjiptono, (2005), **Strategi Pemasaran**, Andi Offset, Edisi ke-2, Yogyakarta
- Ngatno, (2018), **Manajemen Pemasaran**, Semarang : FF Press Digimedia
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016), **Marketing Management**, 15th Edition, Pearson Education Inc

Kotler, Philip and Gary Armstrong, (2014), **Principle of Marketing**, 15th Edition, New Jersey : Pearson Prentice Hall

Hurriyati, R, (2020), **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**, Bandung: Alfabeta

Sugiyono, (2020), **Metode Penelitian Bisnis**, Bandung: Alfabeta



**LAMPIRAN
KUESIONER PENELITIAN**

Kepada:
Yth: Bapak/Ibu/Saudara/i
Di Tempat

Saya adalah salah satu Mahasiswi di Universitas Batang Hari Jambi yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Sikap dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di Dexter Petshop Kota Jambi”. Penelitian ini merupakan syarat untuk kelulusan dijenjang pendidikan Strata Satu (S1).

Adapun identitas saya adalah sebagai berikut ini:

Nama : Hemiranikawati
Nim : 1900861201046
Judul : “Pengaruh Sikap dan Kepercayaan Terhadap

Keputusan

Pembelian di Dexter Petshop Kota Jambi”

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang tertera berikut ini. Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat saya harapkan demi terselesaikannya penelitian ini. Jawaban dan identitas responden akan terjamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, dengan rendah hati saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Hemiranikawati

IDENTITAS RESPONDEN

I. Identitas Responden

Mohon diisi semua pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang sesuai.

1. No Responden :

2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

3. Umur : <20 Tahun 21-30 Tahun 31-40 Tahun

41-50 Tahun >50 Tahun

4. Pekerjaan : Mahasiswa/i PNS Pengusaha

Karyawan Swasta Polri/TNI Lainnya

5. Penghasilan : <3 Juta 3-5 Juta

5-7 Juta >7 Juta

Isilah tanda conteng (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I anggap paling cocok. (satu jawaban saja)

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

CS : Cukup Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

ITEM PERTANYAAN :

Pengaruh Sikap (X₁) :

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Mengenal Produk yang Akan Dibeli Sudah mengenal sejak lama jasa grooming di Dexter petshop					
2	Sudah mengenal sejak lama jasa pet hotel di Dexter petshop					
3	Mengerti dan Memahami Produk yang Akan Dibeli Mengerti tentang jasa antar jemput hewan yang ada di Dexter petshop					
4	Mengerti tentang produk makanan hewan yang kering dan basah seperti whiskas, excel, royal canin yang dijual di Dexter petshop					
5	Mengingat Produk yang Akan Dibeli Langsung ingat Dexter petshop jika butuh produk kesehatan hewan seperti vitamin, kesehatan bulu kucing, shampo kutu, dan obat Lainnya					
6	Langsung ingat Dexter petshop jika butuh jasa pacak hewan peliharaan dan lahiran kucing					

Pengaruh Kepercayaan (X₂) :

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
7	Keandalan Dexter petshop konsisten dalam melakukan usaha dari dulu hingga sekarang					
8	Dexter petshop tepat waktu dalam melakukan perjanjian dengan konsumen					
9	Kejujuran Dexter petshop memberikan informasi yang sesuai dalam memberitahu jasa dan produk yang akan diberikan ke konsumen					
10	Dexter petshop memberikan produk yang sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen					
11	Kepedulian Dexter petshop mengutamakan konsumen dalam melakukan pelayanan transaksi jual beli seperti memberikan jasa antar jemput hewan dan barang serta dapat pembayaran via online atau tunai untuk mempermudah konsumen					
12	Dexter petshop menerima keluhan kesah dan saran baik konsumennya					
13	Kredibilitas Dexter petshop dapat dipercaya konsumen karena ketepatan dalam memberi informasi dan memberi produk atau jasa sesuai yang dijanjikan					
14	Dexter petshop dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik secara moral dan					

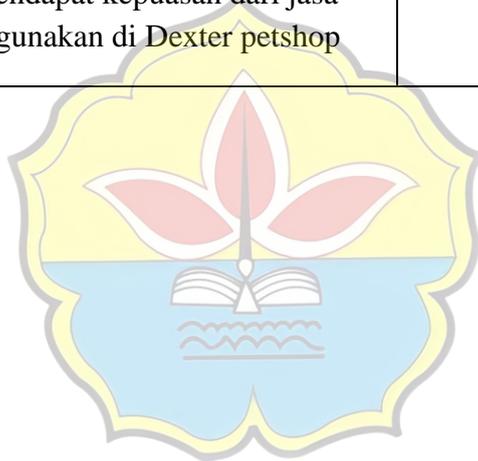
	kebutuhan produk atau jasa yang konsisten					
--	---	--	--	--	--	--

ITEM PERTANYAAN :

Keputusan Pembelian (Y) :

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
15	Pengenalan Masalah Kebutuhan Konsumen tahu apa yang mereka butuhkan saat mereka mempertimbangkan barang apa yang akan mereka beli di Dexter petshop					
16	Konsumen tahu jasa apa yang mereka ingin gunakan saat mereka berada di Dexter petshop					
17	Pencarian Informasi Konsumen datang ke Dexter petshop hanya ingin membeli produk yang mereka inginkan dari awal					
18	Konsumen datang ke Dexter petshop hanya ingin menggunakan jasa yang sudah mereka ketahui saja					
19	Evaluasi Alternatif Konsumen telah memperoleh gambaran dari evaluasi produk yang mereka pikirkan saat mengamati produk apa saja yang terdapat di Dexter petshop					
20	Konsumen memilih produk yang telah mereka bandingkan kelebihan dan kekurangannya menurut dari hasil pikiran konsumen tersebut					

21	Keputusan Pembelian Dexter petshop memberikan tawaran pilihan alternatif saat konsumen sedang memikirkan produk apa yang paling mereka butuhkan					
22	Dexter petshop membantu konsumen dalam membatasi pilihan-pilihan produk yang sedang di amati konsumen					
23	Perilaku Pasca Pembelian Konsumen mendapat kepuasan dari produk yang mereka beli di Dexter petshop					
24	Konsumen mendapat kepuasan dari jasa yang mereka gunakan di Dexter petshop					



Tabulasi Data Ordinal

(X₁)

NO	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	TOTAL
1	5	5	4	4	4	4	26
2	5	5	4	4	5	5	28
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	5	4	4	28
6	3	4	3	3	3	3	19
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	3	4	4	4	23
10	3	4	3	3	3	3	19
11	5	5	4	4	5	5	28
12	4	5	4	3	3	3	22
13	3	5	3	4	4	3	22
14	4	4	4	4	4	4	24
15	5	5	4	4	5	5	28
16	4	4	3	3	3	3	20
17	4	4	4	4	3	3	22
18	3	3	3	4	3	3	19
19	5	5	5	5	5	5	30
20	3	3	3	4	3	3	19
21	3	4	3	3	3	3	19
22	4	4	4	4	4	4	24
23	3	3	3	4	3	3	19
24	5	5	4	4	5	5	28
25	3	4	3	4	4	4	22
26	5	5	4	4	5	5	28
27	4	4	4	4	4	4	24
28	5	5	5	5	5	5	30
29	3	3	4	4	3	3	20
30	4	2	3	4	3	3	19
31	5	4	5	5	5	5	29
32	4	4	4	4	3	3	22
33	3	2	3	3	3	3	17

34	4	5	4	4	4	4	25
35	3	2	3	3	3	3	17
36	5	5	4	5	5	5	29
37	4	3	4	4	4	4	23
38	3	2	3	4	3	3	18
39	4	3	4	4	4	4	23
40	4	4	4	4	3	3	22
41	4	4	4	5	4	4	25
42	5	5	4	5	5	5	29
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	4	5	5	5	5	29
45	5	5	5	5	5	5	30
46	4	4	5	5	5	5	28
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	4	5	5	5	27
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	5	4	5	29
52	4	5	4	4	4	4	25
53	5	5	4	4	5	5	28
54	4	5	5	4	5	5	28
55	4	5	5	5	5	5	29
56	5	4	4	4	5	5	27
57	4	4	4	5	4	4	25
58	5	4	5	5	5	5	29
59	4	4	4	4	5	5	26
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	5	4	4	5	5	27
62	5	5	5	5	4	5	29
63	4	4	4	4	4	5	25
64	4	4	4	5	4	5	26
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	5	5	5	5	5	29
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	5	5	5	5	5	30
69	4	5	5	4	5	4	27

70	4	5	5	5	4	5	28
71	4	5	5	5	5	5	29
72	4	5	4	4	5	4	26
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	5	5	5	5	30
75	4	4	4	5	4	5	26
76	5	5	5	5	5	5	30
77	4	5	4	5	5	5	28
78	4	4	4	5	4	4	25
79	4	4	5	5	5	5	28
80	4	4	4	5	4	4	25
81	4	4	4	4	5	5	26
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	4	5	5	4	4	26
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	5	5	5	5	28
86	4	5	4	5	5	5	28
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	5	5	4	4	4	26
89	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	3	5	5	4	4	25
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	5	5	30
94	4	4	5	5	4	4	26
95	5	5	5	5	5	5	30
96	4	5	4	5	4	4	26
97	5	5	5	5	4	5	29
98	5	5	5	5	5	5	30

Data Tabulasi

(X₂)

NO	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	5	5	5	5	5	5	38
6	3	4	4	4	4	4	4	4	31
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	5	5	5	5	5	5	4	4	38
9	3	4	5	5	5	5	5	5	37
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	5	5	5	5	5	4	4	4	37
12	4	4	5	5	5	4	4	4	35
13	4	4	5	5	5	5	5	5	38
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	5	5	5	5	5	4	4	37
16	4	4	4	5	4	4	4	4	33
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	4	4	5	4	4	4	4	33
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	4	4	4	5	5	5	4	4	35
21	4	4	5	5	4	4	4	4	34
22	4	4	5	5	5	4	4	4	35
23	3	4	5	5	5	5	5	5	37
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	5	5	5	4	4	4	4	35
27	4	4	5	5	5	5	5	5	38
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	5	4	4	4	4	33
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	4	4	4	4	4	4	4	5	33
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	5	5	5	5	4	4	4	36
35	4	3	4	4	4	3	5	5	32
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	3	3	4	4	4	4	3	3	28
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	3	3	4	5	4	4	4	4	31
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32

41	4	4	5	5	5	4	4	4	35
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	5	5	5	5	5	4	4	5	38
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	4	4	5	5	5	4	5	5	37
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	5	4	4	4	5	4	4	34
52	4	5	5	5	5	5	5	4	38
53	4	4	4	4	4	5	5	4	34
54	4	4	4	4	4	5	4	4	33
55	5	5	5	5	5	4	5	5	39
56	4	5	5	5	5	4	4	4	36
57	4	4	5	5	4	4	4	4	34
58	4	4	5	4	4	5	5	5	36
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	4	5	5	4	4	4	4	34
61	4	4	4	4	4	4	5	5	34
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	4	4	4	5	4	4	4	5	34
64	4	4	4	4	5	5	5	4	35
65	4	4	4	5	4	4	4	5	34
66	4	4	4	4	5	5	5	4	35
67	5	4	4	5	5	5	5	4	37
68	4	4	5	5	4	5	5	5	37
69	4	4	4	4	4	4	5	5	34
70	4	5	5	5	5	5	5	5	39
71	4	5	5	5	5	5	5	5	39
72	4	4	4	4	4	4	4	5	33
73	4	4	5	5	5	5	5	5	38
74	4	4	5	5	5	5	5	5	38
75	4	5	5	5	4	4	4	4	35
76	4	5	5	5	5	5	5	5	39
77	5	5	5	5	5	4	5	5	39
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	4	4	4	5	5	5	5	5	37
80	4	4	4	5	5	5	5	5	37
81	4	4	5	5	4	4	4	4	34
82	4	5	5	5	5	5	5	5	39
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	4	4	5	5	5	5	5	5	38

85	4	4	4	5	5	5	5	5	37
86	4	4	5	5	5	5	5	5	38
87	4	5	5	5	5	5	5	5	39
88	4	4	4	5	4	4	4	4	33
89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	4	4	5	5	5	5	5	5	38
92	4	4	5	5	5	5	5	5	38
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	4	4	5	5	5	5	5	5	38
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	4	4	4	5	5	5	5	5	37
97	4	5	5	5	5	5	5	5	39
98	4	5	5	5	5	5	5	5	39



Data Tabulasi Y

NO	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8	ITEM 9	ITEM 10	TOTAL
1	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	43
2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	4	41
6	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	5	5	3	3	4	4	4	4	5	4	41
10	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	40
11	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	39
12	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	39
13	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
14	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
15	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
16	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	38
17	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	36
18	5	5	3	3	3	4	5	5	4	4	41
19	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	46
20	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	44
21	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
22	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
23	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	45
24	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
25	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
26	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	39
27	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
28	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	46
29	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	47
30	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
31	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	46
32	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
33	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	38
34	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	42
35	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	42
36	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	40

37	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
38	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	41
39	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	39
40	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	42
41	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	42
42	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
43	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
45	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
46	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	47
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
49	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
50	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
51	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	45
52	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
53	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	43
54	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	45
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
59	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
60	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	44
61	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
62	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	44
63	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	44
64	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
65	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
66	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	43
67	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
68	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
69	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
70	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
73	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
74	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	47
75	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	45

76	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	46
77	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	47
78	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
79	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
80	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
81	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
82	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
83	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	45
84	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	45
85	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	46
86	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
87	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
88	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
89	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
90	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	45
91	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	47
92	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
93	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
94	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45
95	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
96	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
97	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
98	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49

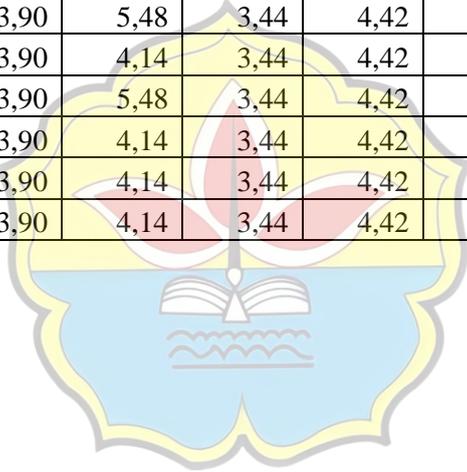


Tabulasi Data MSI

SIKAP (X ₁)							
No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	Rata-rata
1	1,00	1,00	1,00	5,47	1,00	5,69	2,53
2	2,73	1,00	1,00	1,00	6,33	1,60	2,28
3	1,00	2,89	1,94	1,00	3,01	5,69	2,59
4	2,73	1,00	2,97	2,11	1,75	1,60	2,03
5	1,00	2,89	1,94	1,00	3,01	5,69	2,59
6	2,73	1,00	2,97	1,00	1,75	1,60	1,84
7	1,00	2,89	1,94	2,11	3,01	1,00	1,99
8	1,00	3,90	1,94	1,00	3,01	2,64	2,25
9	1,00	3,90	2,97	2,11	3,01	2,64	2,61
10	2,73	2,89	1,94	1,00	3,01	2,64	2,37
11	1,00	2,89	2,97	2,11	3,01	2,64	2,44
12	2,73	1,00	1,94	2,11	3,01	4,01	2,47
13	2,73	2,89	2,97	2,11	1,75	2,64	2,52
14	2,73	2,89	2,97	1,00	3,01	2,64	2,54
15	1,00	2,89	2,97	2,11	3,01	2,64	2,44
16	2,73	1,00	1,94	2,11	3,01	2,64	2,24
17	2,73	2,89	2,97	2,11	3,01	2,64	2,73
18	2,73	2,89	2,97	2,11	3,01	4,01	2,95
19	1,00	2,89	2,97	2,11	3,01	2,64	2,44
20	2,73	1,00	2,97	2,11	3,01	2,64	2,41
21	2,73	2,89	1,94	2,11	1,75	2,64	2,34
22	2,73	2,89	2,97	2,11	3,01	2,64	2,73
23	2,73	2,11	2,97	3,44	3,01	2,64	2,82
24	2,02	2,89	2,97	2,11	3,01	2,64	2,61
25	2,73	2,89	2,97	2,11	4,42	4,01	3,19
26	2,73	2,11	4,14	2,11	3,01	2,64	2,79
27	2,02	2,89	2,97	2,11	3,01	2,64	2,61
28	2,73	2,11	2,97	3,44	3,01	2,64	2,82
29	2,73	2,89	2,97	2,11	3,01	2,64	2,73
30	2,73	2,89	2,97	2,11	3,01	2,64	2,73
31	2,02	2,11	4,14	2,11	3,01	2,64	2,67
32	2,02	2,11	2,97	3,44	3,01	2,64	2,70
33	2,02	2,89	2,97	2,11	3,01	2,64	2,61
34	2,73	2,11	2,97	2,11	4,42	2,64	2,83
35	2,02	2,11	2,97	2,11	3,01	2,64	2,48
36	2,02	2,11	2,97	2,11	3,01	4,01	2,70
37	2,73	2,11	4,14	2,11	3,01	2,64	2,79

38	2,02	2,89	2,97	2,11	3,01	4,01	2,84
39	2,02	2,11	2,97	3,44	4,42	2,64	2,94
40	2,02	2,11	2,97	3,44	3,01	2,64	2,70
41	2,02	2,89	2,97	2,11	3,01	4,01	2,84
42	2,02	2,11	2,97	3,44	4,42	4,01	3,16
43	2,02	2,11	2,97	3,44	3,01	2,64	2,70
44	2,02	3,90	2,97	2,11	3,01	4,01	3,00
45	2,02	2,11	2,97	3,44	3,01	4,01	2,93
46	2,02	2,11	2,97	3,44	3,01	4,01	2,93
47	2,02	3,90	2,97	3,44	4,42	2,64	3,23
48	2,02	2,11	2,97	3,44	4,42	4,01	3,16
49	2,02	2,11	2,97	3,44	3,01	4,01	2,93
50	2,02	2,11	4,14	3,44	4,42	4,01	3,36
51	2,02	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,66
52	2,02	2,11	2,97	3,44	3,01	4,01	2,93
53	2,02	2,11	4,14	3,44	4,42	4,01	3,36
54	2,02	2,11	4,14	3,44	4,42	4,01	3,36
55	2,02	2,11	2,97	3,44	4,42	4,01	3,16
56	2,02	2,11	4,14	3,44	4,42	2,64	3,13
57	2,02	2,11	4,14	3,44	4,42	4,01	3,36
58	2,02	2,11	4,14	3,44	4,42	4,01	3,36
59	2,02	2,11	4,14	3,44	4,42	4,01	3,36
60	2,02	2,11	2,97	3,44	4,42	4,01	3,16
61	3,69	3,90	4,14	3,44	3,01	4,01	3,70
62	3,69	2,11	4,14	3,44	4,42	4,01	3,63
63	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
64	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
65	3,69	2,11	4,14	3,44	4,42	2,64	3,41
66	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
67	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
68	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
69	3,69	2,11	4,14	3,44	4,42	4,01	3,63
70	3,69	3,90	4,14	3,44	3,01	2,64	3,47
71	3,69	3,90	4,14	2,11	4,42	4,01	3,71
72	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
73	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
74	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
75	3,69	3,90	5,48	3,44	4,42	4,01	4,16
76	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
77	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
78	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93

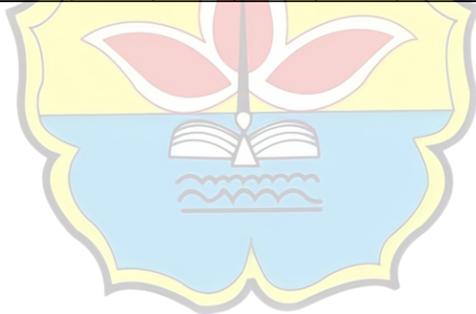
79	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
80	3,69	3,90	5,48	3,44	4,42	4,01	4,16
81	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
82	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
83	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
84	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
85	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
86	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
87	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
88	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
89	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
90	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
91	3,69	3,90	5,48	3,44	4,42	4,01	4,16
92	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
93	3,69	3,90	5,48	3,44	4,42	4,01	4,16
94	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
95	3,69	3,90	5,48	3,44	4,42	4,01	4,16
96	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
97	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93
98	3,69	3,90	4,14	3,44	4,42	4,01	3,93



KEPERCAYAAN (X ₂)									
No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	Rata-rata
1	5,73	3,05	5,47	5,47	1,00	5,69	3,04	5,42	4,36
2	1,87	1,00	3,41	1,00	6,33	1,60	1,00	3,38	2,45
3	5,73	4,59	1,00	1,00	3,01	5,69	4,61	1,00	3,33
4	1,87	1,00	2,08	2,11	1,75	1,60	1,00	2,07	1,69
5	5,73	1,00	1,00	1,00	3,01	5,69	1,00	1,00	2,43
6	1,87	4,59	2,08	1,00	1,75	1,60	4,61	2,07	2,45
7	1,00	1,00	1,00	2,11	3,01	1,00	1,00	1,00	1,39
8	2,90	1,00	1,00	1,00	3,01	2,64	1,00	1,00	1,69
9	2,90	1,00	2,08	2,11	3,01	2,64	1,00	2,07	2,10
10	2,90	4,59	2,08	1,00	3,01	2,64	4,61	2,07	2,86
11	2,90	1,00	1,00	2,11	3,01	2,64	1,00	1,00	1,83
12	4,18	4,59	2,08	2,11	3,01	4,01	4,61	2,07	3,33
13	2,90	1,00	2,08	2,11	1,75	2,64	1,00	2,07	1,94
14	2,90	4,59	3,41	1,00	3,01	2,64	4,61	3,38	3,19
15	2,90	1,90	2,08	2,11	3,01	2,64	1,89	2,07	2,32
16	2,90	1,90	2,08	2,11	3,01	2,64	1,89	2,07	2,32
17	2,90	1,90	1,00	2,11	3,01	2,64	1,89	1,00	2,06
18	4,18	3,05	2,08	2,11	3,01	4,01	3,04	2,07	2,94
19	2,90	1,90	2,08	2,11	3,01	2,64	1,89	2,07	2,32
20	2,90	1,90	2,08	2,11	3,01	2,64	1,89	2,07	2,32
21	2,90	3,05	2,08	2,11	1,75	2,64	3,04	2,07	2,46
22	2,90	1,90	2,08	2,11	3,01	2,64	1,89	2,07	2,32
23	2,90	1,90	3,41	3,44	3,01	2,64	1,89	3,38	2,82
24	2,90	3,05	2,08	2,11	3,01	2,64	3,04	2,07	2,61
25	4,18	1,90	3,41	2,11	4,42	4,01	1,89	3,38	3,16
26	2,90	3,05	2,08	2,11	3,01	2,64	3,04	2,07	2,61
27	2,90	1,90	2,08	2,11	3,01	2,64	1,89	2,07	2,32
28	2,90	1,90	3,41	3,44	3,01	2,64	1,89	3,38	2,82
29	2,90	1,90	2,08	2,11	3,01	2,64	1,89	2,07	2,32
30	2,90	1,90	2,08	2,11	3,01	2,64	1,89	2,07	2,32
31	2,90	1,90	3,41	2,11	3,01	2,64	1,89	3,38	2,66
32	2,90	1,90	2,08	3,44	3,01	2,64	1,89	2,07	2,49
33	2,90	3,05	2,08	2,11	3,01	2,64	3,04	2,07	2,61
34	2,90	1,90	3,41	2,11	4,42	2,64	1,89	3,38	2,83
35	2,90	1,90	2,08	2,11	3,01	2,64	1,89	2,07	2,32
36	4,18	3,05	2,08	2,11	3,01	4,01	3,04	2,07	2,94
37	2,90	1,90	2,08	2,11	3,01	2,64	1,89	2,07	2,32
38	4,18	3,05	3,41	2,11	3,01	4,01	3,04	3,38	3,27
39	2,90	3,05	2,08	3,44	4,42	2,64	3,04	2,07	2,96

40	2,90	1,90	3,41	3,44	3,01	2,64	1,89	3,38	2,82
41	4,18	3,05	3,41	2,11	3,01	4,01	3,04	3,38	3,27
42	4,18	1,90	2,08	3,44	4,42	4,01	1,89	2,07	3,00
43	2,90	3,05	3,41	3,44	3,01	2,64	3,04	3,38	3,11
44	4,18	3,05	3,41	2,11	3,01	4,01	3,04	3,38	3,27
45	4,18	3,05	2,08	3,44	3,01	4,01	3,04	2,07	3,11
46	4,18	3,05	3,41	3,44	3,01	4,01	3,04	3,38	3,44
47	2,90	3,05	3,41	3,44	4,42	2,64	3,04	3,38	3,29
48	4,18	3,05	2,08	3,44	4,42	4,01	3,04	2,07	3,29
49	4,18	3,05	3,41	3,44	3,01	4,01	3,04	3,38	3,44
50	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
51	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
52	4,18	3,05	3,41	3,44	3,01	4,01	3,04	3,38	3,44
53	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
54	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
55	4,18	1,90	3,41	3,44	4,42	4,01	1,89	3,38	3,33
56	2,90	3,05	3,41	3,44	4,42	2,64	3,04	3,38	3,29
57	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
58	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
59	4,18	1,90	3,41	3,44	4,42	4,01	1,89	3,38	3,33
60	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
61	4,18	3,05	3,41	3,44	3,01	4,01	3,04	3,38	3,44
62	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
63	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
64	4,18	3,05	2,08	3,44	4,42	4,01	3,04	2,07	3,29
65	2,90	3,05	3,41	3,44	4,42	2,64	3,04	3,38	3,29
66	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
67	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
68	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
69	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
70	2,90	3,05	3,41	3,44	3,01	2,64	3,04	3,38	3,11
71	4,18	3,05	3,41	2,11	4,42	4,01	3,04	3,38	3,45
72	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
73	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
74	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
75	4,18	3,05	2,08	3,44	4,42	4,01	3,04	2,07	3,29
76	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
77	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
78	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
79	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
80	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62

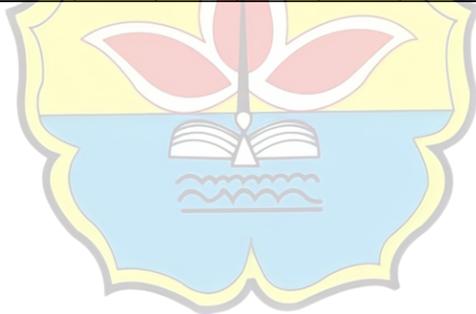
81	4,18	1,00	3,41	3,44	4,42	4,01	1,00	3,38	3,11
82	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
83	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
84	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
85	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
86	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
87	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
88	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
89	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
90	4,18	3,05	1,00	3,44	4,42	4,01	3,04	1,00	3,02
91	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
92	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
93	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
94	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
95	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
96	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
97	4,18	3,05	3,41	3,44	4,42	4,01	3,04	3,38	3,62
98	4,18	1,00	3,41	3,44	4,42	4,01	1,00	3,38	3,11



KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)											
No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Rata-rata
1	5,47	5,47	5,73	3,05	5,69	3,04	5,42	5,73	3,05	1,00	4,36
2	3,41	1,00	1,87	1,00	1,60	1,00	3,38	1,87	1,00	2,73	1,89
3	1,00	1,00	5,73	4,59	5,69	4,61	1,00	5,73	4,59	1,00	3,49
4	2,08	2,11	1,87	1,00	1,60	1,00	2,07	1,87	1,00	2,73	1,73
5	1,00	1,00	5,73	1,00	5,69	1,00	1,00	5,73	1,00	1,00	2,41
6	2,08	1,00	1,87	4,59	1,60	4,61	2,07	1,87	4,59	2,73	2,70
7	1,00	2,11	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,11
8	1,00	1,00	2,90	1,00	2,64	1,00	1,00	2,90	1,00	1,00	1,54
9	2,08	2,11	2,90	1,00	2,64	1,00	2,07	2,90	1,00	1,00	1,87
10	2,08	1,00	2,90	4,59	2,64	4,61	2,07	2,90	4,59	2,73	3,01
11	1,00	2,11	2,90	1,00	2,64	1,00	1,00	2,90	1,00	1,00	1,66
12	2,08	2,11	4,18	4,59	4,01	4,61	2,07	4,18	4,59	2,73	3,51
13	2,08	2,11	2,90	1,00	2,64	1,00	2,07	2,90	1,00	2,73	2,04
14	3,41	1,00	2,90	4,59	2,64	4,61	3,38	2,90	4,59	2,73	3,28
15	2,08	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	2,07	2,90	1,90	1,00	2,14
16	2,08	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	2,07	2,90	1,90	2,73	2,31
17	1,00	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	1,00	2,90	1,90	2,73	2,10
18	2,08	2,11	4,18	3,05	4,01	3,04	2,07	4,18	3,05	2,73	3,05
19	2,08	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	2,07	2,90	1,90	1,00	2,14
20	2,08	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	2,07	2,90	1,90	2,73	2,31
21	2,08	2,11	2,90	3,05	2,64	3,04	2,07	2,90	3,05	2,73	2,66
22	2,08	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	2,07	2,90	1,90	2,73	2,31
23	3,41	3,44	2,90	1,90	2,64	1,89	3,38	2,90	1,90	2,73	2,71
24	2,08	2,11	2,90	3,05	2,64	3,04	2,07	2,90	3,05	2,02	2,59
25	3,41	2,11	4,18	1,90	4,01	1,89	3,38	4,18	1,90	2,73	2,97
26	2,08	2,11	2,90	3,05	2,64	3,04	2,07	2,90	3,05	2,73	2,66
27	2,08	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	2,07	2,90	1,90	2,02	2,24
28	3,41	3,44	2,90	1,90	2,64	1,89	3,38	2,90	1,90	2,73	2,71
29	2,08	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	2,07	2,90	1,90	2,73	2,31
30	2,08	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	2,07	2,90	1,90	2,73	2,31
31	3,41	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	3,38	2,90	1,90	2,02	2,51
32	2,08	3,44	2,90	1,90	2,64	1,89	2,07	2,90	1,90	2,02	2,37
33	2,08	2,11	2,90	3,05	2,64	3,04	2,07	2,90	3,05	2,02	2,59
34	3,41	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	3,38	2,90	1,90	2,73	2,58
35	2,08	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	2,07	2,90	1,90	2,02	2,24
36	2,08	2,11	4,18	3,05	4,01	3,04	2,07	4,18	3,05	2,02	2,98
37	2,08	2,11	2,90	1,90	2,64	1,89	2,07	2,90	1,90	2,73	2,31
38	3,41	2,11	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,24
39	2,08	3,44	2,90	3,05	2,64	3,04	2,07	2,90	3,05	2,02	2,72

40	3,41	3,44	2,90	1,90	2,64	1,89	3,38	2,90	1,90	2,02	2,64
41	3,41	2,11	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,24
42	2,08	3,44	4,18	1,90	4,01	1,89	2,07	4,18	1,90	2,02	2,77
43	3,41	3,44	2,90	3,05	2,64	3,04	3,38	2,90	3,05	2,02	2,98
44	3,41	2,11	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,24
45	2,08	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	2,07	4,18	3,05	2,02	3,11
46	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,38
47	3,41	3,44	2,90	3,05	2,64	3,04	3,38	2,90	3,05	2,02	2,98
48	2,08	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	2,07	4,18	3,05	2,02	3,11
49	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,38
50	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,38
51	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,38
52	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,38
53	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,38
54	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,38
55	3,41	3,44	4,18	1,90	4,01	1,89	3,38	4,18	1,90	2,02	3,03
56	3,41	3,44	2,90	3,05	2,64	3,04	3,38	2,90	3,05	2,02	2,98
57	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,38
58	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,38
59	3,41	3,44	4,18	1,90	4,01	1,89	3,38	4,18	1,90	2,02	3,03
60	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	2,02	3,38
61	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
62	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
63	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
64	2,08	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	2,07	4,18	3,05	3,69	3,28
65	3,41	3,44	2,90	3,05	2,64	3,04	3,38	2,90	3,05	3,69	3,15
66	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
67	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
68	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
69	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
70	3,41	3,44	2,90	3,05	2,64	3,04	3,38	2,90	3,05	3,69	3,15
71	3,41	2,11	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,41
72	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
73	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
74	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
75	2,08	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	2,07	4,18	3,05	3,69	3,28
76	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
77	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
78	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
79	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
80	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54

81	3,41	3,44	4,18	1,00	4,01	1,00	3,38	4,18	1,00	3,69	2,93
82	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
83	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
84	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
85	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
86	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
87	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
88	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
89	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
90	1,00	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	1,00	4,18	3,05	3,69	3,06
91	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
92	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
93	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
94	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
95	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
96	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
97	3,41	3,44	4,18	3,05	4,01	3,04	3,38	4,18	3,05	3,69	3,54
98	3,41	3,44	4,18	1,00	4,01	3,04	1,00	4,18	3,05	3,69	3,10

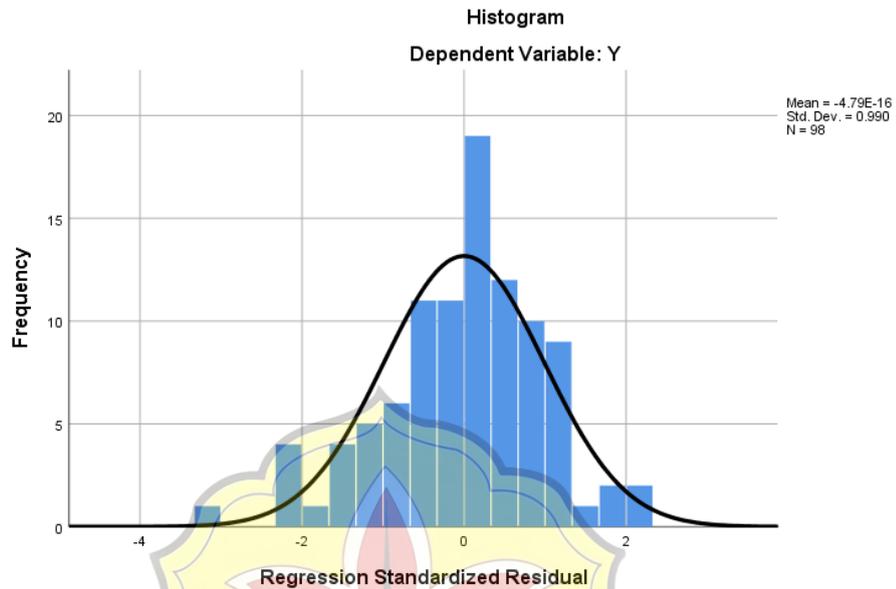


Output SPSS

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

a. Grafik



b. Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

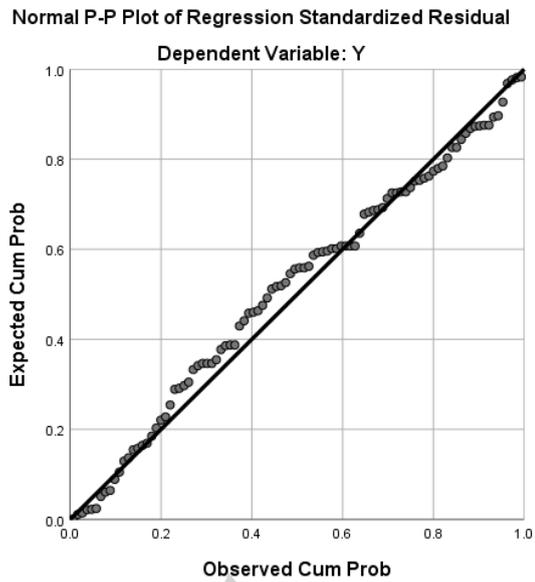
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.96662424
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.051
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

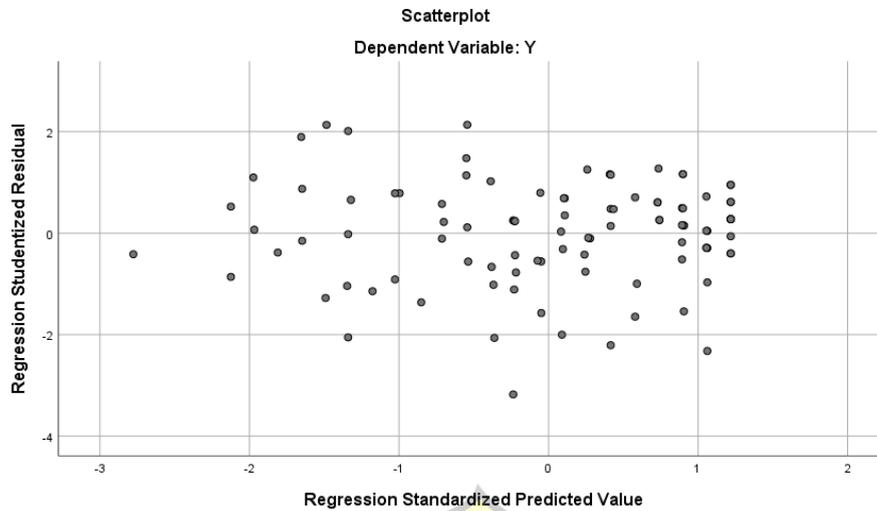


2. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a				t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	24.705	3.686		6.702	.000			
	X1	.314	.111	.332	2.842	.005	.531	1.884	
	X2	.326	.137	.277	2.376	.020	.531	1.884	

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heterokedastisitas



A. Persamaan Regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan, Sikap ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.559 ^a	.313	.299	2.998

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	24.705	3.686		6.702	.000
	X1	.314	.111	.332	2.842	.005
	X2	.326	.137	.277	2.376	.020

a. Dependent Variable: Y

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + e$$

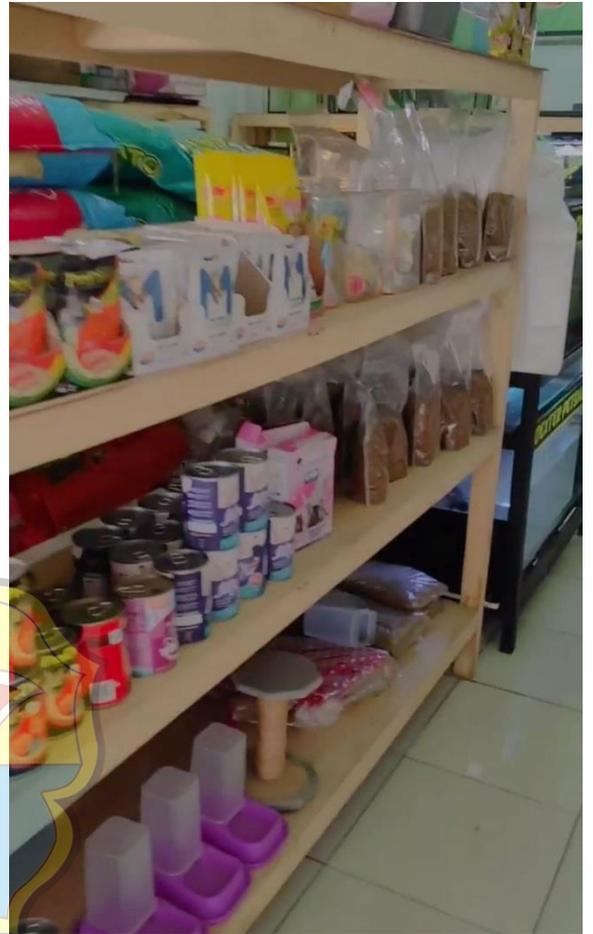
$$Y = 24.705 + 0,314 \cdot X_1 + 0,326 \cdot X_2 + e$$



Lampiran Foto-Foto Dexter Petshop



Dexter Petshop Tampak Luar



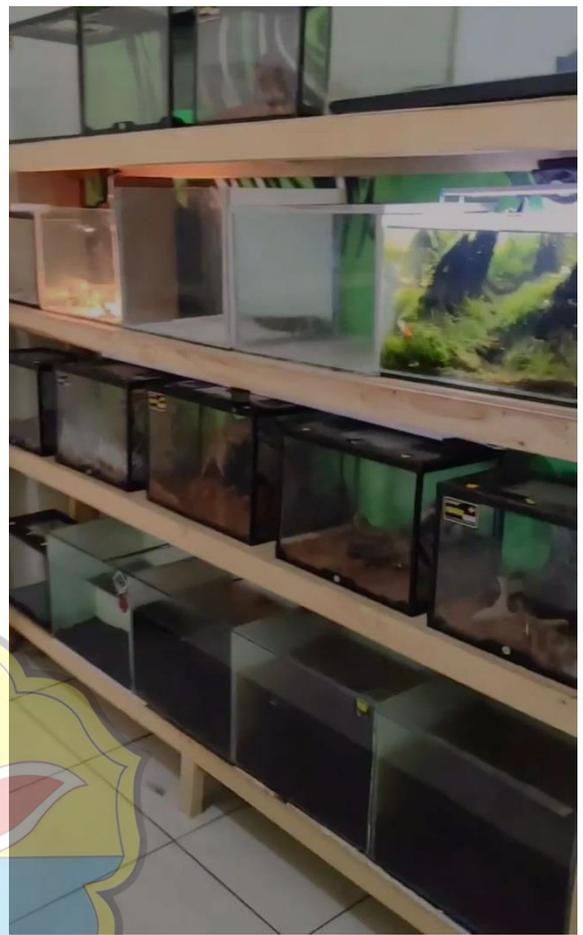
Dexter Petshop Tampak Dalam



Dexter Petshop Ruang Tengah



Isi Toko di Dexter Petshop



isi dalam Toko Dexter Petshop



Perlombaan kontes Pet Lover Tahun 2018 di Palembang



Perkenalan Dexter Petshop di Mal WTC Jambi 2022



Sertifikat Partisipasi kegiatan Komunitas Petshop Jambi di Mal Jamtos 2023