

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT SISWA MAN 2 BOJONEGORO BERBELANJA KEMBALI DI
TOSERBA KPRI AMANAH BOJONEGORO**

SKRIPSI



Oleh :

EKA TRISNAYA IZZA HAKIKI

NIM. 19010024

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA

BOJONEGORO

TAHUN 2023

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT SISWA MAN 2 BOJONEGOEO BERBELANJA KEMBALI DI
TOSERBA KPRI AMANAH BOJONEGORO**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana
manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Cendekia Bojonegoro

Oleh :

EKA TRISNAYA IZZA HAKIKI

NIM. 19010024

Menyetujui

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Drs. Moch. Suberi, MM.
NIDN. 00220065803



Ahmad saifurriza Effasa., SHL., MM.
NIDN. 0725058802

Dipertahankan di Depan Panitia Skripsi Program Studi Manajemen

Dipertahankan di Depan Panitia Skripsi Program Studi Manajemen

STIE CENDEKIA BOJONEGORO

Oleh :

Nama : Eka Trisnaya Izza Hakiki

NIM : 19010024

Disetujui dan Diterima Pada

Hari, tanggal : Rabu, 5 Juli 2023

Tempat : Ruang Rapat

Dewan Penguji Skripsi

Ketua Penguji : Dr. Ari Kuntardina, ST.,SE.,MM (.....)

Anggota Penguji : Latifah Anom, SE.,MM (.....)

Sekretaris Penguji : Ahmad Saifuriza Effasa, SHI.,MM (.....)

Disahkan oleh :

Sekolah Tinggi Ilmu Cendekia Bojonegoro

Ketua


Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak
NIDN. 0705067503

MOTTO

Untuk mendapatkan nilai 10 tidak Hanya dengan 5+5, tetapi masih ada 7+3, 8+2 atau bahkan 100-90, begitupun Kesuksesan. Untuk mencapai kesuksesan tidak hanya dengan satu cara, maka dari itu jadilah 10 porsi terbaik dengan caramu sendiri

(Eka Trisnaya Izza Hakiki)

Kupersembahkan untuk :

Diri saya sendiri yang telah berjuang menyelesaikan pendidikan sarjana manajemen

Bapak Sutrisno dan Ibu Sulis Setyaningsih

Keluargaku

Saudara-saudaraku

Sahabat-sahabatku

Teman-temanku

almamaterku

ABSTRAK

Hakiki, Eka Trisnaya I. 2023. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Siswa Berbelanja Kembali di Toserba KRPI Amanah Bojonegoro. Skripsi.*Manajemen. STIE CENDEKIA. Drs. Moch. Suberi., MM., selaku dosen pembeimbing satu dan Ahmad Saifurriza Effasa., SHI., MM., selaku dosen pembimbing kedua.

Kata Kunci : harga, kualitas pelayanan, minat berbelanja kembali

Jumlah pendapatan pada Toserba KPRI Amanah Bojonegoro bahwa mengalami fluktuasi pada bulan juli 2022 hingga desember 2022, sehingga penting untuk segera dilakukan penelitian mengenai harga dan kualitas pelayanan di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap minat berbelanja kembali di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari harga (X1), kualitas pelayanan (X2), minat berbelanja kembali (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik Random Sampling. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner angket yang diberikan kepada 46 responden yang pernah melakukan pembelian di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro selama lebih dari 2 kali. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Dari hasil analisis yang didapat bahea terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan harga terhadap minat berbelanja kembali, sementara kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbelanja kembali. Dari penelitian dapat disarankan kepada pegawai Toserba KPRI Amanah Bojonegoro untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik, sementara untuk harga harus diperhatikan agar dapat memberikan persepsi positif untuk meningkatkan minat berbelanja kembali.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama Lengkap : Eka Trisnaya Izza Hakiki
NIM : 19010024
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 25 September 2000
Agama : Islam
Pendidikan Sebelumnya : MAN 2 Bojonegoro
Nama Orangtua/Wali : Sutrisno
Alamat Rumah : JL.MH.Thamrin,Gg.Rukun Lr.01, RT.09 RW.02,
Kel. Ledok Wetan, Kec. Bojonegoro,
Kab.Bojonegoro.
Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap
Minat Siswa Berbelanja Kembali di Toserba KPRI
Amanah Bojonegoro

Bojonegoro, 26 Juni 2023
Penulis

Eka Trisnaya Izza Hakiki

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Trisnaya Izza Hakiki

NIM : 19010024

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Siswa Berbelanja Kembali di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro” adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar Sarjana Manajemen/Akuntansi yang saya terima dari STIE Cendekia untuk ditinjau kembali.

Bojonegoro, 26 Juni 2023

Yang menyatakan



Eka Trisnaya Izza Hakiki

NIM.19010024

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT dan sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen. Selain itu bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis dan juga menambah wawasan bagi pembaca.

Penulis ucapkan terima kasih dengan tulus kepada :

1. Nurul Mazidah, SE., MSA., selaku Ketua STIE Cendekia Bojonegoro.
2. Ibu Latifah Anom, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro.
3. Bapak Drs. Moch. Suberi, MM. Dan bapak Ahmad Saifurriza Effasa., SHI.,MM. Selaku Dosen Pembimbing yang banyak memberikan petunjuk yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Para Dosen, karyawan, rekan-rekan, dan semua pihak yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Orantuaku tercinta Bapak Sutrisno dan Ibu Sulis Setyaningsih yang telah memberikan dorongan semangat dan bantuan lainnya yang sangat berarti bagi penulis.
6. Sahabatku Holi Rif'atul Nikmah dan Putri Alisya Zahra yang telah memberi inspirasi dan nasehat dalam penyelesaian skripsi ini
7. Kepada Rio Setiawan yang telah kebersamai penulis, yang tidak mudah selama proses penyusunan skripsi. Terimakasih telah

berkontribusi banyak baik dalam meluangkan waktu, tenaga, materi maupun moril kepada saya dan senantiasa sabar menghadapi saya.

Kemudian sebagai hamba yang lemah, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kelemahan dan kekurangan. Untuk itu penulis harapkan saran dan kritik dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, semoga Allah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada siapa saja yang mencintai pendidikan. Amin Yaa Robbal Alamin.

Bojonegoro, 26 Juni 2023

Penulis

Eka Trisnaya Izza Hakiki

STIE CENDEKIA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERANTARA.....	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
BIODATA PENULIS SKRIPSI.....	viii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah dan Cakupan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	
A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori.....	10
B. Kajian Empiris	19

C. Kerangka Berfikir.....	24
D. Hipotesis	25
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode dan Deskripsi Teori	26
B. Jenis dan Sumber Data	27
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	28
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	30
E. Metode dan Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Singkat Objek Penelitian	41
B. Hasil Penelitian dan Analisis Data	48
C. Pembahasan	57
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	63

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 KERANGKA BEPIKIR..... 24

GAMBAR 2. STRUKTUR ORGANISASI..... 45



DAFTAR TABEL

TABEL 1 DATA PENDAPATAN KOTOR TOSERBA KPRI AMANAH BOJONEGORO	3
TABEL 2 DATA BARANG DI TOSERBA KPRI AMANAH BOJONEGORO	4
TABEL 3 KAJIAN EMPIRIS.....	19
TABEL 4 DATA JUMLAH RESPONDEN	29
TABEL 5 SEKALA LIKERT	31
TABEL 6 DATA INDIKATOR VARIABEL.....	34
TABEL 7 DATA INFORMASI TOSERBA KPRI AMANAH BOJONEGORO.....	41
TABEL 8 DATA STRUKTUR NAMA.....	45
TABEL 9 KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	48
TABEL 10 HASIL UJI VALIDITAS.....	50
TABEL 11 HASIL UJI REABILITAS.....	52
TABEL 12 HASIL UJI HIPOTESIS	55
TABEL 13 HASIL PENGARUH HIPOTESIS	57

DAFTAR LAMPIRAN

TABLE 1 UJI VALIDITAS VARIABEL X1 (HARGA).....	69
TABLE 2 UJI VALIDITAS VARIABEL X2 (KUALITAS PELAYANAN)	70
TABLE 3 UJI VALIDITAS Y (MINAT BERBELANJA KEMBALI).....	71
TABLE 4 UJI REABILITAS X1 (HARGA).....	72
TABLE 5 UJI REABILITAS X2 (KUALITAS PELAYANAN).....	72
TABLE 6 UJI REABILITAS Y (MINAT BERBELANJA KEMBALI)	73
TABLE 7 UJI NORMALITAS.....	73
TABLE 8 UJI MULTIKOLINERITAS	74
TABLE 9 UJI HETEROKEDASTISITAS	74
TABLE 10 UJI HIPOTESIS.....	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis di Indonesia saat ini mengalami perkembangan pesat. Hal ini dikarenakan tingkat masyarakat yang semakin konsumtif sehingga menjadi peluang bagi perusahaan untuk memasukkan produknya dengan karakteristik desain dan harga yang bervariasi. Perusahaan saat ini tidak hanya berusaha mencari pembeli tetapi mereka berusaha agar pembeli (consumer) dapat ditingkatkan menjadi pelanggan (customer) yang selanjutnya diusahakan menjadi konsumen tetap (client) (Milati 2016)

Seiring dengan perkembangan bisnis yang ada di Indonesia, salah satunya yaitu bisnis ritel. Bisnis ritel modern sendiri terbagi menjadi tiga macam yaitu minimarket, supermarket, dan hypermarket. Perbedaan ketiga macam ritel modern tersebut terletak pada ukuran kapasitas jumlah produk yang dijual dan jenis produk. Industri minimarket merupakan salah satu ritel modern yang paling kecil dan hypermarket adalah ritel modern yang paling besar. Sedangkan supermarket adalah ritel modern yang berukuran sedang, lebih besar dari minimarket dan lebih kecil dari hypermarket (suroto 2016). Bisnis ritel merupakan suatu usaha menyalurkan berbagai produk kepada konsumen untuk di konsumsi sendiri. Bisnis ritel merupakan bisnis yang sangat menjanjikan seiring meningkatnya kebutuhan konsumen, untuk itu banyak pelaku bisnis

mulai berlomba dalam meningkatkan strategi penjualannya. Banyak gerai minimarket yang terbilang menguasai pasar dan mampu merambah ke seluruh nusantara, bahkan banyak perusahaan ritel yang terus melakukan ekspansi pada daerah-daerah potensial di pelosok negeri.

Sejalan dengan perkembangan bisnis usaha ritel sejenis minimarket juga akan mengalami peningkatan, diantaranya yang ikut serta bersaing di sini adalah Toserba KPRI Amanah yang berada di Jl. Munginsidi 158, Sukorejo, Kab. Bojonegoro (MAN 2 Bojonegoro). Ritel ini bernaung dibawah Koperasi Pegawai Republik Indonesia. Toserba merupakan jenis bisnis ritel yang bergerak dibidang pemenuhan kebutuhan pokok maupun kebutuhan siswa sehari-hari. Toserba ini menyediakan dan menjual bermacam produk untuk kebutuhan seperti makanan ringan, minuman, sembako, perlengkapan bayi, produk kecantikan, dan pembayaran payment transaksi belanja online dan pembayaran listrik.

Toserba Amanah sebagai ritel yang terus bertumbuh karena mengidentifikasi kebutuhan serta keinginan yang ingin dirasakan oleh konsumen terutama siswa MAN 2 Bojonegoro. Oleh karena itu perusahaan harus tanggap terkait dengan keberlangsungan usahanya, karena dalam memenuhi kebutuhannya para konsumen semakin selektif ketika melakukan pembelian.

Tabel 1.**DATA PENDAPATAN KOTOR TOSERBA AMANAH BOJONEGORO**

NO	BULAN	PENDAPATAN (Rp)
1	Juli 2022	2.640.000
2	Agustus 2022	10.110.000
3	September 2022	20.035.000
4	Oktober 2022	13.740.000
5	November 2022	12.045.000
6	Desember 2022	4.945.000

Sumber Penjualan Toserba Amanah Bojonegoro

Tabel diatas merupakan data pedapatan kotor setiap bulan pada gerai Toserba KPRI Amanah Bojonegoro. Dapat dilihat bahwa pendapatan mengalami fluktuasi, yaitu dimana pada bulan juli mengalami penurunan, pada bulan agustus mengalami kenaikan dan mengalami penurunan kembali di bulan oktober.

Faktor yang mempengaruhi penurunan dan meningkatnya pendapatan adalah harga, kualitas pelayanan dan minat konsumen. Harga merupakan penentu keberhasilan pelaku usaha dagang yang dapat menarik perhatian atas jasa atau barang, sehingga minat konsumen berbelanja kembali semakin meningkat dan menimbulkan keuntungan bagi usaha tersebut. Sehingga perlu pertimbangan yang baik dan tepat untuk menentukan harga dari sebuah produk yang dipasarkan.

Harga adalah suatu nominal atau ukuran lain yang ditukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang, produk atau jasa. Harga dinilai oleh konsumen sebaga fokus utama saat membeli produk apakah dapat dikatakan mahal atau murah.(Fandy Tjiptono 2016)

Tabel 2.

DATA BARANG DI TOSERBA AMANAH BOJONEGORO

NO	NAMA BARANG	INDOMART	TOSERBA KPRI AMANAH BOJONEGOTO
1	Cimory Fresh Milk	Rp7.000,00	Rp6.210,00
2	Pocari 350ml	Rp7.000,00	Rp5.500,00
3	Pocari 500ml	Rp8.000,00	Rp7.000,00
4	Floridina Orange	Rp3.200,00	Rp2.910,00
5	Vaselin glow soft	Rp37.900,00	Rp20.010,00
6	Daia 800gr	Rp19.800,00	Rp19.608,00
7	Japota 68gr	Rp10.900,00	Rp8.513,00
8	Lee Mineral 250ml	Rp4.300,00	Rp2.500,00
9	Oronaminc	Rp7.200,00	Rp6.000,00

sumber : Toserba Amanah Bojonegoro

Berdasarkan tabel diatas, harga barang dari Toserba KPRI Amanah Bojonegoro lebih murah dibandingkan harga barang di Indomart, namun dari segi penguasa pangsa pasar indomart lebih unggul daripada Toserba KPRI Amanah Bojonegoro. Hal tersebut terjadi karena dalam hal jumlah pilihan barang, Toserba Amanah Bojonegoro tersaingi oleh Indomart yang menawarkan pilihan barang yang jauh lebih banyak.

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan salah satunya gerai ritel Toserba KPRI Amanah Bojonegoro, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah keperusahaan lain. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik konsumen selain itu juga akan berdampak pada terjadinya keputusan pembelian ulang yang nantinya mampu meningkatkan penjualan. Upaya-upaya yang dilakukan agar tetap dapat mempertahankan minat kostumer diantaranya memberikan pelayanan yang baik, menyapa kepada konsumen, membantu konsumen untuk memilih produk yang berkualitas, dan *flash respon*.

Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa hasil dari pengalaman membeli sebelumnya sangat berpengaruh dengan pembelian selanjutnya. Jika pada pembelian pertama mendapatkan hasil yang memuaskan, konsumen akan mengalami minat pembelian ulang atau selanjutnya. Jika pembelian pertama

memiliki hasil yang buruk, maka tidak akan ada pembelian selanjutnya atau pembelian ulang. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk membeli suatu produk.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai minat berbelanja kembali yang terdiri dari harga, kualitas pelayanan. Untuk itu peneliti mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT SISWA MAN 2 BOJONEGORO BERBELANJA KEMBALI DI TOSERBA KPRI AMANAH BOJONEGORO”**.

B. Identifikasi dan Cakupan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi dan memberi gambaran cakupan masalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

Pendapatan pada toserba mengalami fluktuasi, penurunan dan kenaikan pendapatan kotor pada bulan Juli 2022 – Desember 2022.

a. Jenis Masalah

Dari latar belakang masalah yang di jelaskan penulis, maka dapat di simpulkan jenis masalah penelitian ini mengenai pengaruh harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat berbelanja kembali di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro.

2. Cakupan masalah

Dalam menulis penelitian ini kemungkinan penulis akan mendapatkan masalah. Untuk menghindari meluasnya masalah dalam penelitian ini penulis membatasi masalah penelitian agar meminimalisir masalah yang datang ketika penelitian, penulis memberikan batasan-batasan masalah pada penelitian yaitu:

- a. Pengaruh harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat berbelanja kembali.
- b. Penelitian hanya di lakukan pada konsumen (siswa kelas XI IPS 1, 2, dan 3 MAN 2 Bojonegoro) Toserba KPRI Amanah Bojonegoro.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian diatas, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah harga mempengaruhi minat siswa berbelanja kembali di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro?

2. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi minat siswa berbelanja kembali di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat siswa berbelanja kembali di objek Toserba KPRI Amanah Bojonegoro.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat siswa berbelanja kembali di Toserba Amanah Bojonegoro.

b. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan berbagai manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan terkait dengan harga, kualitas pelayanan, dan minat berbelanja kembali.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Toserba KPRI Amanah Bojonegoro

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pengurus Toserba KPRI Amanah Bojonegoro dalam menerapkan strategi manajemen ritel yang tepat dengan

memperhatikan aspek harga dan kualitas pelayanan agar menarik minat siswa berbelanja kembali.

b. Bagi STIE Cendekia Bojonegoro

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bacaan ilmiah dan menjadi bagian dari koleksi perpustakaan STIE Cendekia Bojonegoro.

c. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah yang bermanfaat dalam menerapkan ilmu mengenai harga, kualitas pelayanan terhadap minat berbelanja kembali dibidang ritel.

d. Bagi Penulis Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi penulis selanjutnya mengenai variabel harga, kualitas, maupun minat berbelanja kembali. Dengan objek yang lebih bervariasi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori

1. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Menurut Laksana (2019:1) dalam (Febriansyah 2020) pemasaran adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan transaksi produk barang atau jasa. Sehingga pengertian pasar bukan lagi merujuk kepada suatu tempat tapi lebih kepada aktifitas atau kegiatan pertemuan penjual dan pembeli dalam menawarkan suatu produk kepada konsumen.

Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3) dalam (Febriansyah 2020), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Sufandy 2019) , pemasaran adalah sebuah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Inti dari pemasaran adalah fungsi yang memiliki kontak yang paling

besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu, pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan pertukaran nilai dengan yang lain

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses atau aktifitas yang berkaitan dengan menciptakan, menjual, mempromosikan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli.

2. Ritel

a. Pengertian Ritel

Menurut Sunyoto (2015:1) dalam (Suparyanto dan Rosad (2015 2020) “Retailing adalah semua aktivitas yang mengikutsertakan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan.” Sedangkan retailer adalah semua organisasi bisnis yang memperoleh lebih dari setengah hasil penjualannya dari retailing”. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari retailing adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri.

Pengertian retail menurut Kotler (2016: 549) mendefinisikan sebagai berikut: “Ritel meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir

untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.” Kotler juga menambahkan setiap bisnis perusahaan yang volume penjualannya utamanya berasal dari retailing

Menurut Kotler (2016:552) dalam (Suparyanto dan Rosad (2015 2020) jenis-jenis pengecer toko utama dapat dibedakan menjadi :

1. Khusus (Specialy Store), yaitu toko yang menjual lini produk yang sempit dengan ragam pilihan yang dalam, seperti toko pakaian, toko alat-alat olah raga.toko bunga dan toko buku.
Contohnya adalah Tommy, Ichiroo Little Klambi
2. Toko Serba Ada (Departement Store), yaitu toko yang menjual beberapa lini produk (biasanya pakaian dan perlengkapan rumah tangga), dan tiap lini produk tersebut beroperasi sebagai department tersendiri yang dikelola oleh pembeli spesialis atau padagang khusus. Contohnya adalah Toserba kareb, Toserba KPRI Amanah.
3. Pasar swalayan (Supermarket), yaitu toko dimana usaha/operasi penjualan yang dilakukan relatif besar, berbiaya rendah, bermargin rendah, bervolume tinggi, swalayan, yang dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen seprti makanan, pencucian dan produk perawatan rumah tangga. Contohnya adalah Bravo, KDS, Samudra Swalayan.

4. Toko Kelontong, kebutuhan sehari-hari (Convenience Store), yaitu toko yang relatif kecil dan terletak didaerah pemukiman, memiliki jam buka yang panjang selama tujuh hari dalam seminggu, dan menjual lini produk bahan yang terbatas dengan tingkat perputaran tinggi.

Contohnya adalah Circle K.

5. Toko Diskon (Discount store), yaitu toko yang menjual barang-barang standar dengan harga lebih murah karena mengambil margin yang lebih rendah dan menjual dengan volume tinggi.

Contohnya adalah Toko Jogja Jajan

6. Pengecer Potongan Harga (Off-Price Retailer), yaitu toko dimana membeli dengan harga yang lebih rendah daripada harga pedagang besar dan menetapkan harga untuk konsumen lebih rendah daripada harga eceran. Seiring merupakan barang sisa, berlebih dan tidak regular, yang diperoleh dengan harga lebih rendah dari produsen atau pengecer lain.

Berdasarkan dari definisi-definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa ritel adalah kegiatan yang berhubungan dengan penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen untuk kebutuhan pribadi.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Menurut Untoro (2010) dalam (Amanah 2021), definisi harga adalah kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa, yang dinyatakan dalam bentuk uang. Menurut Ramli (2013), pengertian harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk.

Harga adalah segala sesuatu yang dibayarkan oleh konsumen karena menggunakan, memakai atau mengkonsumsi suatu produk yang ditawarkan produsen (Shuliyah, 2013). Selain itu harga juga dipengaruhi oleh permintaan dan ketersediaan bahan apabila ketersediaan barang sedikit dan permintaan melambung naik maka harga jual produk naik apabila ketersediaan berlebih dan permintaan turun maka harga akan turun (Alma, 2013) dalam (Naranjo 2016)

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Tjiptono, 2012) dengan Indikator sebagai berikut:

1. Harga yang ditentukan sesuai dengan kualitas produk dan kualitas yang diberikan.
2. Kesesuaian tingkat harga yang terjangkau oleh daya beli konsumen.

3. Perbandingan harga yang mampu bersaing dengan pesaing.
4. Harga sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan.

Harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas. Konsumen mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara harga dan kualitas suatu produk, maka mereka akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya, dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

4. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas Kualitas Pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan Perusahaan. Menurut Arianto (2018:83) kualitas Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada

ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan

Menurut Kotler dan Keller (2016:143) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan”.

Menurut Kasmir (2017:47) dalam (Andi Riyanto 2018) Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan..

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Fitzsimmons dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015:108) dalam (Andi Riyanto 2018) mengemukakan lima indikator Kualitas Pelayanan yaitu :

1. *Reability* yang ditandai dengan pemberian kualitas pelayanan yang tepat dan benar.
2. *Tangibles* yang ditandai dengan penyediaan yang memadai sumber daya lainnya.
3. *Responsiveness* ditandai dengan keinginan melauani konsumen dengan cepat.
4. *Assurance* yang ditandai tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan kualitas pelayanan.

5. Empati yang ditandai tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

5. Minat Berbelanja Kembali

a. Pengertian Minat Berbelanja Kembali

Minat berbelanja kembali atau minat beli ulang menunjukkan keinginan pembeli untuk melakukan kunjungan ulang di masa yang akan datang. Perilaku pembelian ulang seringkali dikaitkan dengan loyalitas. Namun keduanya berbeda. Perilaku pembelian ulang hanya menyangkut pembelian ulang merek tertentu yang sama secara berulang-ulang, sedangkan loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu.

Menurut Kotler & Keller (2009) dalam (suroto 2016) minat pembelian kembali adalah kecenderungan konsumen untuk mengambil tindakan sebelum keputusan pembelian aktual. Jadi dapat disimpulkan pengertian minat beli ulang menurut beberapa ahli diatas yaitu suatu sikap konsumen dalam hal untuk melakukan sebuah inisiatif untuk membeli produk yang sama untuk kedua kalinya bahkan seterusnya.

b. Indikator Minat Belanja Kembali atau Beli Ulang

Ferdinand (2002) dalam (suroto 2016) menyatakan bahwa indikator minat pembelian ulang diantaranya adalah:

1. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut, preferensi ini dapat berubah bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

B. Kajian Empiris

Tabel 3.
KAJIAN EMPIRIS

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
(Lestari dan Novitaningtyas 2021)	Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli ulang konsumen.	Persamaan pada variabel penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan dan minat beli ulang	Perbedaan pada penelitian saya tidak terdapat variabel variasi produk dan objek penelitian berbeda.
(Sari, Manggabarani, dan Husniati 2020)	Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk Fashion	Metode penelitian yang digunakan dalam	Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa (1) brand image memiliki pengaruh terhadap minat beli	Persamaan pada penelitian ini terletak pada variabel harga dan kualitas pelayanan	Berdasarkan penelitian tersebut perbedaa terletak pada valiabel minat beli dan objek penelitian

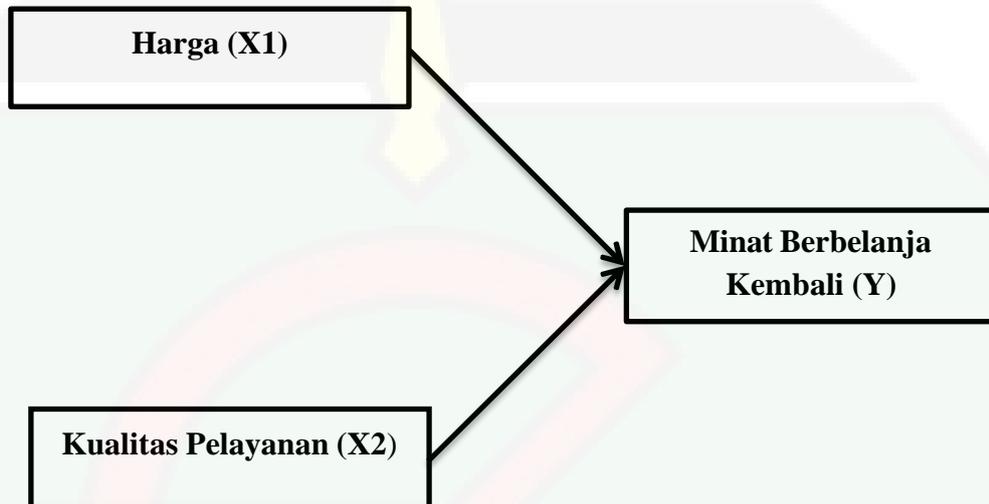
	Secara Online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora)	penelitian adalah metode kuantitatif	produk fashion online Zalora di Jakarta dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,574. (2) harga memiliki pengaruh terhadap minat beli produk fashion online Zalora di Jakarta dengan nilai koefisien jalur 0,558. (3) kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli produk fashion online Zalora di Jakarta dengan koefisien jalur $-0,288$.		
(Sari dan Hariyana	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan	Metode penelitian ini	Hasil penelitian menunjukkan bahwa	Persamaan penelitian ini terletak pada	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya

2019)	Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo	menggunakan metode kuantitatif	harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat pembelian ulang, serta harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan minat pembelian ulang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan online shopping. Kata	variabel harga, kualitas pelayanan, dan minat beli ulang	terletak pada objek penelitian
(Nurlaela Anwar dan Ananda Wardani	PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN	Metode penelitian yang digunakan dalam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap	Persamaan pada penelitian ini terletak pada variabel kualitas pelayanan dan variabel minat beli	Perbedaan pada penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian

2021)	TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SCARLETT DI E- COMMERCE SHOPEE	penelitian adalah metode kuantitatif	minat beli ulang. Besarnya 0,463 dimana sebesar 46,3% kualitas produk dan kualitas pelayanan di e-commerce Shopee dipengaruhi oleh minat beli ulang dan sisanya 53,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh 0,377 yang berarti sebesar 37,7% dan kualitas pelayanan	ulang	
-------	--	---	---	-------	--

			memiliki pengaruh sebesar 0,342 yang berarti sebesar 34,2%. Kata		
(Djimantoro dan Chandra 2019)	Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi, Harga Dan Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Turis Lokal	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, Lokasi, Harga, dan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang turis lokal.	Persamaan penelitian dengan sebelumnya terletak pada variabel kualitas layanan, harga dan variabel Y minat pembelian ulang, serta menggunakan metode kuantitatif	Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian

C. Kerangka Berfikir



Gambar 1
Kerangka Berpikir

1. Pengaruh Variabel Harga terhadap Variabel Minat Berbelanja kembali

Abdullah et al (2012) dalam (Naranjo 2016) menyatakan bahwa harga selalu menjadi isyarat ekstrinsik pertama bagi konsumen serta bagaimana konsumen mengevaluasi harga dapat mempengaruhi niat pembelian produk merek toko. Bila manfaat yang diterima lebih besar, maka yang terjadi adalah produk tersebut memiliki nilai positif (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Nilai positif dan negatif suatu produk inilah yang nantinya akan menimbulkan minat pembelian ulang. Selain itu konsumen yang memilih untuk membeli umumnya

mencari harga yang tidak bervariasi namun pasti (Olbrich dan Grewe, 2009) jadi asumsinya bahwa harga memiliki dampak negatif pada pangsa pasar, jika harga yang lebih tinggi akan mengurangi pangsa pasar dari produk yang bersangkutan.

2. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berbelanja Kembali

Menurut Aaker dalam (Naranjo 2016) kualitas merupakan persepsi konsumen terhadap keunggulan produk jasa atau layanan dengan maksud yang diharapkan. Kualitas mempunyai peranan penting baik dari konsumen yang bebas memilih tingkatan mutu atau dari produsen dengan memperhatikan mutu yang berguna mempertahankan dan memperluas jangkauan pemasarannya. Persepsi kualitas akan mempengaruhi minat beli ulang, dan keputusan pembelian secara langsung. Jadi kualitas memiliki dampak yang positif. Jika suatu barang atau jasa memiliki kualitas yang tinggi maka pangsa pasar dari produk yang bersangkutan akan meningkat.

D. Hiteposis

H1 : Terdapat pengaruh harga terhadap minat siswa MAN 2 Bojonegoro berbelanja kembali di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro .

H2 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat siswa MAN 2 Bojonegoro berbelanja kembali di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Teknik Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Dimana dilihat dari jenis datanya maka penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian asosiatif/hubungan. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menggunakan Metode Survey Eksplanasi (Explanatory Survey Method). Metode Explanatory Survey merupakan metode penelitian yang dilaksanakan pada suatu populasi dengan tujuan untuk mengetahui kebermaknaan hubungan antar variabel yang diteliti. Metode ini dibatasi pada pengertian survey sampel yang bertujuan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (testing research). Tujuan metode ini adalah mendeskripsikan hanya saja lebih dititikberatkan kepada hubungan-hubungan antar variabel.

Menurut Sugiyono (2013: 13) dalam (Zakaria 2013), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1) Data Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2015:23) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (scoring). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot. Dalam penelitian ini meliputi data jumlah siswa kelas XI IPS 1, 2, dan 3 MAN 2 Bojonegoro.

2. Sumber Data

Sumber Data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data terdiri dari : sumber data primer dan sumber data sekunder. (Purhantara 2010)

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau

informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dianggap lebih akurat, karena data ini disajikan secara terperinci. (Purhantara 2010:34–35)

Dalam penelitian ini jawaban data primer diperoleh dari hasil responden dari lembar kuesioner siswa XI IPS 1, 2 dan 3 MAN 2 Bojonegoro.

2) Data Sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung dimana sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer. Data sekunder berasal dari perusahaan yang ada hubungannya dengan penelitian ini, yaitu, Toserba KPRI Amanah Bojonegoro. (Saputra Ridho 2020)

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017:215) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya

manusia tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Jadi, populasi pada penelitian ini adalah siswa kelas XI IPS 1, 2 dan 3 di MAN 2 Bojonegoro.

Tabel 4.

DATA JUMLAH RESPONDEN

Jumlah Siswa pada Penelitian		
Laki-laki	Perempuan	Jumlah (L+W)
38	45	83

Sumber : Toserba Amanah Bojonegoro

2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jadi, pada penelitian ini peneliti mengambil sebagian dari populasi untuk dijadikan sampel. Dengan ukuran sampel diperhitungkan menggunakan rumus slovin

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

Dimana :

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (10% atau 0,1)

Dalam penelitian ini, jumlah sampel penelitian di Toserba Amanah Bojonegoro sebagai berikut :

$$n = \frac{83}{1 + 83(0,1)^2}$$

$$n = 45,35 = 46 \text{ responden}$$

3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan probability sampling dengan menggunakan sample random sampling. Ciri utama sampling ini ialah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Pengambilan sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. (Ariana 2016:20)

D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner atau bisa disebut dengan pengumpulan data angket.

1. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2011) angket adalah tehnik pengumpulan data yangdi lakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, teknik ini merupakan teknik yang efisien jika peneliti tahu pasti dengan variabel yang akan diukur dengan tahu apa yang tidak bisa diharapkan dari responden. Peneliti memberikan kuesioner dengan memberikan pertanyaan dimana pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya kuesioner kepada konsumen fasilitas ruang tunggu di Bandar Udara Adi Soemarmo Solo. Pertanyaan dibuat dengan menggunakan skala 1-5 (skala likert) untuk mewakili seluruh pendapat dari responden .di antaranya sesuai berikut :

Tabel 5.
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Cukup	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

E. Metode dan Teknik Analisis Data

Pengujian dan asnalisi data yang ada dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS (*statistical package for social sciences*)

1. Uji Instrumen

a. Uji Validasi

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen (kuisisioner) tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Tinggi-rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana instrumen mempunyai validitas yang tinggi pula (Sugiyono, 2016:173).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom corrected item-total correlations) dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah item. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid (Sugiyono, 2016:182).

Data dikatakan valid apabila data tersebut terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas menggunakan rumus Product Moment dengan taraf signifikan 5% atau 0,05 %

Adapun perhitungan Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS 24.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu instrumen yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel. Instrumen yang variabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu instrumen dikatakan handal jika nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Sugiyono, 2016:185). Dalam (Sapti 2019:28)

Menurut Sugiyono (2014) pengertian reliabilitas dalam penelitian kuantitatif sangat berbeda dengan reabilitas dalam kualitatif. Hal ini terjadi karena terdapat perbedaan paradigma dalam melihat realitas. Menurut penelitian kualitatif, suatu realitas itu bersifat majemuk atau ganda, dinamis atau selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten, dan berulang seperti semula. (Ariana 2016)

2. Indikator Variabel

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa indikator untuk mengukur dan menguji harga, kualitas pelayanan, dan minat berbelanja kembali, adapun indikator yang digunakan sebagai berikut :

Tabel 6.

Data Indikator Variabel

No	Variabel	Deskripsi	Indikator
1	Harga (X1)	Harga merupakan satu-satunya unsur yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, yang ditagihkan atas produk atau jasa.	a. Keterjangkauan harga b. Daya saing harga
		Sumber Indikator dari:	(Fandy Tjiptono 2016)
2	Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan berupa hal yang tidak berwujud	a. Reliability b. Tangibles c. Responsivens d. Assurance e. Empati

No	Variabel	Deskripsi	Indikator
		namun dapat dirasakan oleh konsumen	
		Sumber Indikator dari:	(Andi Riyanto 2018)
3	Minat berbelanja kembali (Y)	minat beli ulang menurut beberapa ahli diatas yaitu suatu sikap konsumen dalam hal untuk melakukan sebuah inisiatif untuk membeli produk yang sama untuk kedua kalinya bahkan seterusnya	a. Minat Transaksional b. Minat Referensial c. Minat Prefernsial
		Sumber Indikator dari:	(suroto 2016)

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, model regresi yang baik memiliki distribusi data normal (Ghozali 2018)

Salah satu cara melihat normalitas distribusi data adalah menggunakan uji statistik non parametric Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika pada tabel menunjukkan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka hal ini berarti bahwa data tersebut terdistribusi normal sedangkan jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka hal ini berarti data tersebut tidak terdistribusi normal (Ghozali 2018).

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen dengan nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali 2018)

Multikolonieritas bisa dideteksi dengan nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel

independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cut off untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2018).

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Ghozali 2018) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar)

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y$

sesungguhnya) yang telah di-studentized. Dasar analisisnya adalah (Ghozali 2018) :

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

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap (variabel terikat). Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data ini bersifat rasio. (Purhantara 2010) dalam (Dewi, Masruhimi,

dan Sulistiarini 2018)

Persamaan garis regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut:

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

Dimana

Y : Minat Berbelanja Kembali

α : Nilai Konstanta

X1 : Harga

X2 : Kualitas Pelayanan

β_1 , dan β_2 : Koefisien Regresi Variabel X1 dan X2

e : Error

b. Uji T

Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan kata lain, untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dan digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2013) Hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan ttabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) H0 diterima jika nilai t hitung \leq t tabel atau nilai sig $>$ α

2) H_0 ditolak jika nilai t hitung $\geq t$ tabel atau nilai $\text{sig} < \alpha$

Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan



STIE CENDEKIA

Table 1.
Uji Validitas Harga X1
Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,409**	,183	-,046	-,006	,099	,616*	-,061	,505**
	Sig. (2-tailed)		,005	,224	,761	,967	,513	,000	,687	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46
X1.2	Pearson Correlation	,409**	1	,130	,162	-,187	,033	,229	-,075	,361*
	Sig. (2-tailed)	,005		,389	,282	,214	,826	,126	,621	,014
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46
X1.3	Pearson Correlation	,183	,130	1	,420*	,334*	,388*	,234	,004	,664**
	Sig. (2-tailed)	,224	,389		,004	,023	,008	,117	,977	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46
X1.4	Pearson Correlation	-,046	,162	,420*	1	-,098	,115	-,006	-,014	,308*
	Sig. (2-tailed)	,761	,282	,004		,516	,447	,967	,929	,037
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46
X1.5	Pearson Correlation	-,006	-,187	,334*	-,098	1	,610*	,207	,452*	,617**
	Sig. (2-tailed)	,967	,214	,023	,516		,000	,167	,002	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46
X1.6	Pearson Correlation	,099	,033	,388*	,115	,610*	1	,270	,373*	,686**
	Sig. (2-tailed)	,513	,826	,008	,447	,000		,069	,011	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46

X1.7	Pearson Correlation	,616**	,229	,234	-,006	,207	,270	1	,321*	,650**
	Sig. (2-tailed)	,000	,126	,117	,967	,167	,069		,030	,000
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46
X1.8	Pearson Correlation	-,061	-,075	,004	-,014	,452*	,373*	,321*	1	,446**
	Sig. (2-tailed)	,687	,621	,977	,929	,002	,011	,030		,002
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46
X1	Pearson Correlation	,505**	,361*	,664*	,308*	,617*	,686*	,650*	,446*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,014	,000	,037	,000	,000	,000	,002	
	N	46	46	46	46	46	46	46	46	46

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Table 2.
Uji Validitas Kualitas Pelayanan X2
Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,595**	,561**	,638**	,643**	,824**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	46	46	46	46	46	46
X2.2	Pearson Correlation	,595**	1	,525**	,544**	,658**	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	46	46	46	46	46	46
X2.3	Pearson Correlation	,561**	,525**	1	,575**	,687**	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	46	46	46	46	46	46
X2.4	Pearson Correlation	,638**	,544**	,575**	1	,679**	,839**
	Sig. (2-tailed)						
	N	46	46	46	46	46	46

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	46	46	46	46	46	46
X2.5	Pearson Correlation	,643**	,658**	,687**	,679**	1	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	46	46	46	46	46	46
X2	Pearson Correlation	,824**	,792**	,806**	,839**	,886**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	46	46	46	46	46	46

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Table 3.
Uji Validitas Minat Berbelanja Ulang Y
Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,604**	,545**	,870**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	46	46	46	46
Y2	Pearson Correlation	,604**	1	,346*	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000		,018	,000
	N	46	46	46	46
Y3	Pearson Correlation	,545**	,346*	1	,770**
	Sig. (2-tailed)	,000	,018		,000
	N	46	46	46	46
Y	Pearson Correlation	,870**	,806**	,770**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	46	46	46	46

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Table 4.
Uji Reabilitas Harga X1
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	46	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	46	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,633	8

Table 5.
Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan X2
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	46	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	46	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,886	5

Table 6.

Uji Reabilitas Minat Berbelanja Kembali Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	46	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	46	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,745	3

Table 7.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		46	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,26349895	
Most Extreme Differences	Absolute	,145	
	Positive	,145	
	Negative	-,090	
Test Statistic		,145	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,017 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,272 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,261
		Upper Bound	,284

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 926214481.

Table 8.**Uji Multikolonieritas****Coefficients^a**

Model		Unstandardized		Standardized		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,216	2,029		1,092	,281		
	Harga	,078	,081	,126	,964	,340	,666	1,501
	Kualitas Pelayanan	,356	,073	,633	4,841	,000	,666	1,501

a. Dependent Variable: Minat Beli

Table 9.**Uji Hiterokedastisitas****Scatterplot**

Dependent Variable: Minat Beli

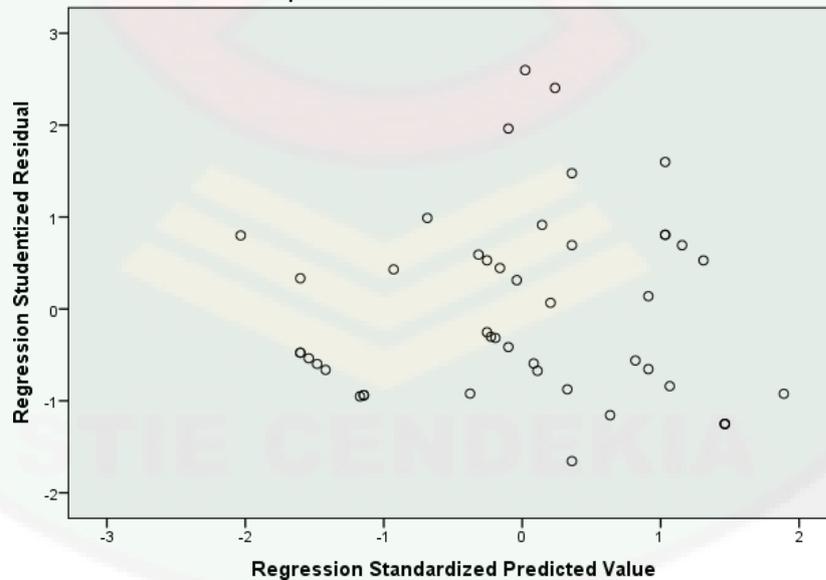


Table 10.
Uji Hipotesis
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,216	2,029		1,092	,281
	Harga	,078	,081	,126	,964	,340
	Kualitas Pelayanan	,356	,073	,633	4,841	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Lampiran Kuesioner Penelitian

Kepada Yth :

Siswa/siswi MAN 2 Bojonegoro

Di tempat.

Saya mohon kesediaan Siswa/siswi MAN 2 Bojonegoro untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner mengenai **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT SISWA MAN 2 BOJONEGORO BERBELANJA KEMBALI DI TOSERBA KPRI AMANAH BOJONEGORO**. Atas waktu dan kesediaan Siswa/siswi MAN 2 Bojonegoro dalam mengisi angket penelitian, saya mengucapkan terimakasih.

1. Identitas Responden

Mohon kesediaan Siswa/siswi MAN 2 Bojonegoro mengisi dan memberikan tanda check list (√) pada pertanyaan berikut :

Nama :

Kelas :

No. Absen :

Jenis Kelamin :

Perempuan

Laki-laki

2. Petunjuk

Berikut tanda check list (√) pada kuesioner jawaban disetiap pertanyaan yang sesuai dengan siswa/siswi.

STS (1) : Sangat Tidak Setuju

TS (2) : Tidak Setuju

C (3) : Cukup

S (4) : Setuju

SS (5) : sangat setuju

variabel (X1) Harga

No	Pernyataan	Pilihan Pernyataan				
		SS	S	C	TS	STS
	Harga yang ditentukan sesuai dengan kualitas produk dan kualitas yang diberikan.					
1	Harga produk di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro sesuai dengan kualitas					
2	Harga produk di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro berkualitas sesuai dengan produk					
	Kesesuaian tingkat harga yang terjangkau oleh daya beli konsumen.					
1	Harga produk di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro terjangkau untuk uang saku siswa					
2	Harga produk di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro sesuai dengan kebutuhan					
	Perbandingan harga yang mampu bersaing dengan pesaing.					
1	Harga produk di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro lebih murah dari toko ritel yang lain					

2	Harga semua produk jajanan di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro murah					
	Harga sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan.					
1	Harga produk di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro sesuai dengan manfaat yang didapat dari produk yang dibeli					
2	Harga produk di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro sesuai dengan nilai yang dibeli					

variabel (X2) Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Pilihan Pertanyaan				
		SS	S	C	TS	STS
	Keandalan (Reliability)					
1	karyawan diToserba KPRI Amanah Bojonegoro memberikan pelayanan yang dapat diandalkan					
	Daya Tanggap (Responseveness)					
1	karyawan diToserba KPRI Amanah Bojonegoro selalu siap memberikan bantuan apabila dibutuhkan					
	Jaminan atau Kepastian (asurance)					
1	karyawan diToserba KPRI Amanah Bojonegoro memberikan pelayanan yang memuaskan					
	Empati					
1	karyawan diToserba KPRI Amanah Bojonegoro melayani dengan sopan dan ramah					
	Bukti Fisik (Tangibles)					
1	Tersedianya fasilitas yang baik dan memadahi di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro					

Variabel (Y) Minat Belanja Kembali

No	Pertanyaan	Pilihan Pertanyaan				
		SS	S	C	TS	STS
	Minat Transaksional					
1	Saya berminat berbelanja kembali di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro					
	Minat Referensial					
1	Saya berminat merekomendasikan produk yang dijual di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro					
	Minat preferensial					
1	saya lebih berminat membeli produk di Toserba KPRI Amanah Bojonegoro dibandingkan di toko ritel lainnya					

SKRIPSI - PEPPUSTAKAAN STIE CENDEKIA BOJONEGORO

RESPONDEN	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	Y1	Y2	Y3	Y
Res 1	4	4	3	3	5	4	4	4	31	5	4	4	4	4	21	3	4	3	10
Res 2	4	4	4	4	3	4	3	3	29	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
Res 3	3	4	3	3	3	4	3	3	26	3	3	3	3	3	15	3	3	4	10
Res 4	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	20	3	5	3	11
Res 5	3	5	4	4	3	5	4	4	32	4	4	3	3	3	17	4	4	4	12
Res 6	4	4	5	5	5	5	4	4	36	4	4	4	4	3	19	4	4	3	11
Res 7	4	3	4	3	5	4	4	4	31	5	4	5	5	4	23	4	4	4	12
Res 8	5	4	4	4	4	5	5	4	35	3	4	4	5	4	20	4	4	3	11
Res 9	4	3	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	5	5	22	4	4	3	11
Res 10	3	3	3	4	3	4	4	4	28	3	3	3	2	2	13	3	3	4	10
Res 11	3	3	3	4	3	4	3	3	26	4	3	3	2	3	15	3	3	3	9
Res 12	4	4	3	4	3	4	4	4	30	4	4	3	4	4	19	4	4	3	11
Res 13	4	4	4	4	2	4	4	4	30	4	4	3	4	4	19	4	4	4	12
Res 14	3	3	5	5	3	4	3	3	29	5	5	3	3	5	21	5	5	5	15
Res 15	5	4	5	4	4	5	4	3	34	5	4	4	5	4	22	4	4	4	12
Res 16	3	4	3	4	3	4	4	4	29	4	4	3	4	4	19	4	4	4	12
Res 17	3	4	3	4	3	4	3	4	28	4	4	2	4	3	17	4	3	4	11
Res 18	3	3	3	3	3	4	3	4	26	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
Res 19	5	4	5	4	1	3	4	2	28	4	3	3	5	5	20	4	5	5	14
Res 20	5	5	3	4	1	3	5	3	29	5	5	4	5	5	24	4	3	5	12
Res 21	4	4	3	4	3	4	3	3	28	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
Res 22	4	4	4	3	3	4	3	3	28	4	3	4	4	4	19	4	3	3	10
Res 23	3	4	3	4	3	4	3	3	27	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9

SKRIPSI - PEPPUSTAKAAN STIE CENDEKIA BOJONEGORO

Res 24	3	3	4	4	5	5	3	4	31	3	5	5	3	5	21	5	3	5	13
Res 25	3	3	2	3	3	3	4	3	24	4	3	3	4	3	17	3	3	3	9
Res 26	4	4	5	4	3	4	4	3	31	5	5	4	4	5	23	4	4	5	13
Res 27	3	4	5	4	5	5	4	3	33	5	4	5	5	5	24	5	5	4	14
Res 28	5	4	3	4	3	4	4	4	31	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
Res 29	5	5	3	4	3	4	4	3	31	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
Res 30	5	5	3	4	3	4	4	3	31	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12
Res 31	5	5	5	4	5	5	5	4	38	5	5	5	5	5	25	4	4	5	13
Res 32	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
Res 33	4	4	4	4	4	5	4	4	33	5	5	4	5	4	23	5	5	5	15
Res 34	4	3	3	3	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
Res 35	4	3	5	4	5	5	5	4	35	4	3	4	3	4	18	4	3	4	11
Res 36	4	3	4	4	5	4	4	3	31	5	4	4	4	4	21	5	5	4	14
Res 37	4	4	3	3	4	4	3	3	28	4	4	4	4	4	20	5	3	3	11
Res 38	3	4	4	5	3	4	3	3	29	3	4	3	3	3	16	3	3	3	9
Res 39	3	4	4	5	3	3	3	4	29	3	4	3	3	3	16	3	3	3	9
Res 40	4	5	5	4	5	4	4	4	35	4	5	4	5	5	23	5	5	4	14
Res 41	4	4	5	4	4	4	4	4	33	5	5	4	5	4	23	5	5	4	14
Res 42	4	5	4	4	4	4	4	4	33	5	4	5	4	5	23	5	5	4	14
Res 43	4	3	3	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20	5	5	5	15
Res 44	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	5	13
Res 45	3	4	4	4	3	3	3	3	27	4	4	4	4	4	20	4	5	3	12
Res 46	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	3	4	4	4	19	4	3	4	11

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eka Trisnaya Izza Hakiki

Jabatan : Kepala TOSERBA KPRI Amanah Bojonegoro

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Eka Trisnaya Izza Hakiki

NIM : 19010024

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia

Telah selesai melakukan penelitian dan pengambilan data penelitian di TOSERBA KPRI Amanah Bojonegoro Pada tanggal 20 Juli 2023. Demikian surat keterangan ini dibuat sebagaimana mestinya.

Bojonegoro, 20 Juli 2023
Kepala TOSERBA KPRI
Amanah Bojonegoro



Eka Trisnaya Izza Hakiki