

**ANALISIS KOMPARATIF PENJUALAN TUNAI DAN KREDIT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU MUSLIM ANAK MERK DANNIS
(Studi Kasus pada Toko Pakaian Syifa Sentul Blitar)**

*COMPARATIVE ANALYSIS OF CASH AND CREDIT SALES AGAINST
DECISIONS IN PURCHASING MUSLIM CLOTHING FOR DANNIS BRAND
(Case Study at Syifa Sentul Blitar Clothing Store)*

Lu'lu Ul Maknunah, Puji Lestari
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univ. Islam Balitar
Jl. Majapahit No. 2 - 4 , Blitar 66139
Email: uul.unisba@gmail.com

ABSTRAK

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada salah satu Toko Pakaian Muslim di Kota Blitar, yaitu Toko Syifa. Toko Syifa menjual Baju Muslim Anak Merk Dannis dengan dua sistem penjualan, yaitu sistem penjualan secara tunai dan sistem penjualan secara kredit. Dimana sistem penjualan ini hanya diterapkan pada penjualan Baju Muslim Anak Merk Dannis yang dianggap calon pembeli relatif mahal. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti melakukan uji komparatif antara dua metode pembayaran secara tunai dan kredit. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil yaitu terdapat perbedaan rata-rata keputusan pembelian antara penjualan tunai dengan penjualan kredit pada baju muslim anak merk Dannis di toko pakaian Syifa. Rata-rata keputusan pembelian pada sistem penjualan tunai 18,34 dan rata-rata keputusan pembelian sistem penjualan kredit 15,31.

Kata Kunci: Penjualan Kredit, Penjualan Tunai, Uji Komparatif

ABSTRACT

In this study, researchers conducted research at one of the Muslim Clothing Stores in Blitar City, namely Syifa. Syifa shop sells Dannis Brand Muslim Children with two sales systems, namely a cash sales system and a credit sales system. Where this sales system is only applied to the sale of Dannis Brand Muslim Children who are considered prospective buyers are relatively expensive. Based on these problems, researchers conducted a comparative test between two methods of payment in cash and credit. Based on the results of the study, the results showed that there were differences in the average purchasing decisions between cash sales and credit sales at the Dannis brand Muslim clothing in the Syifa clothing store. Average purchasing decisions on the cash sales system 18.34 and the average credit sales system purchasing decision 15.31.

Keywords: Credit Sales, Cash Sales, Comparative Tests

PENDAHULUAN

Manusia modern semakin hari semakin dihadapkan pada kompleksnya kehidupan. Hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap *needs* atau kebutuhan untuk *survive* serta memenuhi gaya hidup yang sarat dengan perubahan yang begitu dinamis. Persaingan sudah merambah kemana-mana, ada persaingan kerja, persaingan memperoleh status atau gelar tertentu dan tentunya persaingan untuk menunjukkan gaya hidup selengkap mungkin. Dari itu semua sering kali menimbulkan kesenjangan ekonomi, yang pada akhirnya jebakan gaya hidup modern ini banyak mengorbankan rencana keuangan akibatnya kebanyakan orang

juga tidak mau ketinggalan untuk meraih semua kenikmatan tersebut dan pada ujung simpulnya, semua orang membutuhkan biaya dan uang agar kebutuhan senantiasa terpenuhi.

Dengan adanya fenomena atau kejadian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam dengan melakukan penelitian komparatif atau perbandingan. Menurut Jonathan (2006), penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, yang dimana faktor-faktor penyebab terjadinya dianalisis ataupun munculnya suatu fenomena tertentu. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa hal utama yang paling penting bagi seorang peneliti dalam menerapkan studi komparatif adalah bagaimana ia memilih kasus atau fenomena. Peneliti harus tahu betul serangkaian spesifikasi kasus yang ia pilih. Kemudian, peneliti harus teliti dalam memilih objek atau variabel yang akan ia bandingkan terlepas dari cara yang ia gunakan baik most similar atau most different system design. Dengan begitu peneliti dapat memperoleh hasil dari analisis perbandingannya.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan sebanyak mungkin. Untuk mencapai tujuan tersebut, setiap perusahaan mempunyai strategi penjualan yang berbeda-beda dengan perusahaan lain. Mereka memilih strategi yang dirasa mampu melebarkan sayap perusahaannya masing-masing. Dengan demikian hal tersebut akan menimbulkan persaingan antar perusahaan.

Pada penelitian ini peneliti mengambil tema penjualan, yaitu perbandingan antara penjualan secara tunai dengan penjualan secara kredit terhadap keputusan pembelian. Penjualan secara tunai pada saat ini menjadi pilihan tersendiri oleh masyarakat dikarenakan masyarakat menganggap bahwa pembelian secara tunai lebih mudah dibandingkan pembelian secara kredit. Dengan membeli secara tunai pada sebuah produk tertentu masyarakat tidak perlu memikirkinkan tanggungan yang akan diterima, yaitu melakukan sisa pembayaran seperti yang ada pada pembelian secara kredit.

Namun tidak menutup kemungkinan masyarakat juga memilih melakukan pembelian secara kredit dengan mempertimbangkan beberapa hal seperti masyarakat tidak perlu mengeluarkan uang sekaligus atau hanya membayarkan

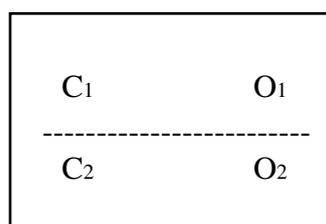
down payment saja. Kemudian dengan pembelian secara kredit pelanggan juga dapat mencicil dalam jangka waktu tertentu.

Toko Pakaian Syifa merupakan toko pakaian yang menjual berbagai pakaian muslim dengan berbagai merk termasuk Baju Muslim Anak Merk Dannis. Pada Toko Pakaian Syifa, Baju Muslim Anak Merk Dannis lumayan diminati oleh pembeli dikarenakan alasan tertentu. Namun disisi lain, selain citra merk, alasan pelanggan berminat membeli pada Toko Pakaian Syifa juga karena sistem pembayarannya. Sistem pembayaran pada Toko Pakaian Syifa ada dua cara yaitu sistem pembayaran kredit dan sistem pembayaran tunai. Dengan dua cara pembayaran seperti itu akan memudahkan pelanggan dari semua kalangan dalam membeli pakaian pada Toko Pakaian Syifa.

Hal inilah yang akan melatarbelakangi peneliti dalam melakukan penelitian dengan mengambil judul *Analisis Komparatif Penjualan Tunai dan Kredit Terhadap Keputusan Pembelian Baju Muslim Anak Merk Dannis (Studi Kasus pada Toko Pakaian Syifa Sentul Blitar)*.

METODE PENELITIAN

Menurut Abdullah (2015), desain penelitian adalah rencana kerja yang terstruktur dalam hal hubungan-hubungan antar variabel secara keseluruhan, sedemikian rupa agar hasil penelitiannya memberikan jawaban atas pernyataan-pernyataan penelitian. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Sukmadinata (2013) penelitian deskriptif adalah penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena-fenomena dengan apa adanya. Dan pada penelitian ini desain yang digunakan adalah studi komparatif, yang merupakan bentuk penelitian deskriptif yang membandingkan dua atau lebih dari dua situasi, kejadian, kegiatan, program dll., yang sejenis atau hampir sama.



Gambar 1. Desain Kausal Komparatif (Darmadi, 2013)

Keterangan:

C_1 = Penjualan Tunai Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa Blitar

C_2 = Penjualan Kredit Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa Blitar

O_1 = Keputusan Pembelian pembeli Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa Blitar

O_2 = Keputusan Pembelian pembeli Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa Blitar

Menurut Sumarni (2005), variabel penelitian adalah hal berbentuk apapun yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, variabel penelitian adalah atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu Penjualan Tunai (x_1) dan Penjualan Kredit (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y).

Penjualan Tunai (X_1) adalah apabila pembeli sudah memilih barang yang akan dibeli, pembeli diharuskan membayar ke bagian kassa. Menurut Mulyadi (2008), perusahaan melakukan penjualan kredit (X_2) dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli selama jangka waktu tertentu, perusahaan pun mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut. Pada penelitian ini variabel ketiga yaitu keputusan pembelian (Y). Menurut Kotler dan Keller (2007), keputusan pembelian merupakan beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum pembelian suatu produk diputuskan.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2012), sumber Primer adalah data yang diperoleh secara langsung meliputi dokumen – dokumen perusahaan berupa sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian. Sedangkan menurut Umi (2008), data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah

teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data.

Menurut Oei (2010), Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh pihak lain, bukan periset sendiri untuk tujuan yang lain. Ini mengandung arti bahwa periset sekedar mencatat, mengakses, atau meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkan di lapangan. Sedangkan menurut Umi (2008), data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya.

Teknik pengumpulan data merupakan metode atau cara yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan bagi suatu penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Menurut Komalasari (2011), kuesioner adalah alat ini secara besar terdiri dari tiga bagian yaitu: judul angket, pengantar yang berisi tujuan, atau petunjuk pengisian angket, dan item-item pertanyaan yang berisi opini atau pendapat dan fakta. Sedangkan menurut Suroyo (2009), Angket atau kuisisioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden, yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden.

Pada penelitian ini menggunakan responden dari penelitian ini meliputi jenis kelamin dan usia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang berdomisili di Desa Sentul berusia di atas 25 tahun dan yang sudah pernah melakukan transaksi pada Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa. Menurut Sugiyono (2015) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua populasi, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling, dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Penelitian ini menggunakan teknik statistik inferensial dan pengolahan hasil kuesioner diuji dengan Uji Instrument, Uji Normalitas Uji Homogenitas, dan Uji Hipotesis. Uji instrument menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesaihan sesuai instrumen (Arikunto, 2006). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah instrumen dalam penelitian berupa pernyataan-pernyataan dalam koesioner. Untuk menghitung skor uji validitas instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* yang akan dihitung menggunakan bantuan IBMSPSS *versi* 16.

Syarat pengujian :

$Sig > 0,05 = tidak\ valid$

$Sig < 0.05 = valid$

Menurut Ghozali (2005), uji reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Pengujian Reliabilitas dapat dihitung dengan bantuan IBMSPSS *versi* 16.

Syarat pengujian :

$Cronbach\ Alpha > 0,6 = reliable$

$Cronbach\ Alpha < 0,6 = tidak\ reliable$

Uji normalitas data berfungsi untuk mengetahui bentuk distribusi data hasil penelitian yaitu berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *skewness-kurtosis*, yang akan dianalisis dengan menggunakan IBMSPSS 16.

Syarat pengujian:

Nilai skewness/kurtosis berada diantara -2 hingga +2 = *data terdistribusi normal*

Nilai skewness/kurtosis berada diluar -2 hingga +2 = *data tidak terdistribusi normal*

Menurut Misbahudin dan Hasan (2004), Uji homogenitas yaitu uji prasyarat analisis tentang kelayakan data untuk dianalisis dengan menggunakan uji statistik tertentu. Uji homogenitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji *levene*, yang akan dianalisis dengan menggunakan IBM SPSS Versi 16.0.

Syarat pengujian :

$Sig > 0,05 = data\ homogen$

$Sig < 0,05 = data\ tidak\ homogen$

Uji hipotesis yang digunakan jika hasil analisis uji prasyarat data keputusan pembelian Baju Muslim Anak Merk Dannis antara pembeli secara tunai dan pembeli secara kredit pada Toko Pakaian Syifa Blitar yang dilakukan diperoleh:

a) Data normal dan homogen

Data keputusan pembelian Baju Muslim Anak Merk Dannis antara pembeli secara tunai dan pembeli secara kredit pada Toko Pakaian Syifa Blitar terdistribusi normal dan homogen maka pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan rumus uji t dua sampel *independent* dengan bantuan SPSS 16.0.

b) Data normal dan tidak homogen

Data keputusan pembelian Baju Muslim Anak Merk Dannis antara pembeli secara tunai dan pembeli secara kredit pada Toko Pakaian Syifa Blitar terdistribusi normal dan tidak homogen maka pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan rumus *uji paired sample t-test* dengan bantuan SPSS 16.0.

c) Data tidak normal dan tidak homogen

Data keputusan pembelian Baju Muslim Anak Merk Dannis antara pembeli secara tunai dan pembeli secara kredit pada Toko Pakaian Syifa Blitar terdistribusi tidak normal dan tidak homogen maka pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *mannwhitney, u test* dengan bantuan SPSS 16.0.

Syarat pengujian:

$Sig/2 < 0,05\ maka\ Ho\ diterima$

$Sig/2 > 0,05\ maka\ Ho\ ditolak$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu item kuesioner. Pada pengujian ini digunakan teknik *pearson correlation* yaitu dengan melihat hasil $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item pernyataan dinyatakan memiliki korelasi positif (searah) atau dengan menggunakan nilai signifikansi \leq nilai α . Setiap item pernyataan pada kuesioner dianggap valid jika nilai signifikansi $\leq \alpha$. Hasil pengujian validitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Kode Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig. (2-tailed)	Hasil
1.	Penjualan Tunai (X1)	X1.1	0,833	0,196	0,000	Valid
		X1.2	0,571	0,196	0,000	Valid
		X1.3	0,617	0,196	0,000	Valid
		X1.4	0,837	0,196	0,000	Valid
		X1.5	0,807	0,196	0,000	Valid
2.	Penjualan Kredit (X2)	X2.1	0,699	0,196	0,000	Valid
		X2.2	0,877	0,196	0,000	Valid
		X2.3	0,611	0,196	0,000	Valid
		X2.4	0,462	0,196	0,000	Valid
		X2.5	0,875	0,196	0,000	Valid
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,533	0,196	0,000	Valid
		Y1.2	0,758	0,196	0,000	Valid
		Y1.3	0,600	0,196	0,000	Valid
		Y1.4	0,766	0,196	0,000	Valid
		Y1.5	0,722	0,196	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji validitas dapat diketahui bahwa hasil nilai α adalah 0,01 (berdasarkan output SPSS). Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada Tabel 1 masing-masing variabel diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari nilai probabilitas (α) sebesar 0,01, serta nilai korelasi (r_{hitung}) pada setiap item pernyataan lebih besar dari r_{tabel} 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, seluruh item pernyataan dinyatakan memiliki korelasi yang positif dan signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa, seluruh data dinyatakan telah memenuhi syarat untuk valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2005) uji reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Hasil pengujian reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
1.	Penjualan Tunai (X1)	0,792	Reliabel
2.	Penjualan Kredit (X2)	0,771	Reliabel
3.	Keputusan Pembelian (Y)	0,684	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa hasil pengujian reliabilitas Variabel Penjualan Tunai menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,792 \geq 0,60$, kemudian untuk variabel Penjualan Kredit menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,771 \geq 0,60$ dan yang terakhir variabel Keputusan Pembelian menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,684 \geq 0,60$. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2 dan Y menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka semua data dapat dinyatakan telah memenuhi syarat untuk reliabel.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data penelitian ini menggunakan teknik nilai skewness dan kurtosis. Data dikatakan normal apabila nilai skewness dan kurtosis berada pada -2 hingga +2. Berdasarkan pengolahan data SPSS maka hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Output Hasil Uji Normalitas

		Statistics		
		total x1 penjualan tunai	total x2 penjualan kredit	total y1 keputusan pembelian
N	Valid	100	100	100
	Missing	1	1	1
	Skewness	-.299	-.174	-.478

Std. Error of Skewness	.241	.241	.241
Kurtosis	-.805	-.330	.018
Std. Error of Kurtosis	.478	.478	.478

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui hasil uji normalitas pada masing-masing variabel X1, X2 dan Y dengan melihat hasil nilai skewness dan kurtosis, maka dapat dinyatakan bahwa:

- 1) Variabel Penjualan Tunai(X1) menghasilkan nilai skewness sebesar $-0,299/0,241 = -1,240$ (berada pada nilai -2 hingga +2), sedangkan nilai kurtosis sebesar $-0,805/0,478 = -1,684$ (berada pada nilai -2 hingga +2), maka data dinyatakan terdistribusi normal.
- 2) Variabel Penjualan Kredit (X2) menghasilkan nilai skewness sebesar $-0,174/0,241 = -0,721$ (berada pada nilai -2 hingga +2), sedangkan nilai kurtosis sebesar $-0,330/0,478 = -0,690$ (berada pada nilai -2 hingga +2), maka data dinyatakan terdistribusi normal.
- 3) Sedangkan Variabel Keputusan Pembelian (Y) menghasilkan nilai skewness sebesar $-0,478/0,241 = -1,983$ (berada pada nilai -2 sampai dengan +2) dan nilai kurtosis sebesar $0,018/0,478 = 0,037$ (berada pada nilai -2 sampai dengan +2), maka data dinyatakan terdistribusi normal.

Dari keseluruhan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel Penjualan Tunai(X1) berada pada nilai skewness dan kurtosis antara -2 sampai dengan +2. Lalu variabel Penjualan Kredit (X2) juga berada pada nilai skewness dan kurtosis antara -2 sampai dengan +2. Variabel Keputusan Pembelian (Y) juga berada pada nilai skewness dan kurtosis antara -2 sampai dengan +2. Berdasarkan kesimpulan hasil tersebut, maka kedua variabel independen dan variabel dependen telah memenuhi syarat untuk normal.

Uji Homogenitas

Menurut Misbahudin dan Hasan (2004), Uji homogenitas yaitu uji prasyarat analisis tentang kelayakan data untuk dianalisis dengan menggunakan uji statistik tertentu. Berdasarkan pengolahan data SPSS maka hasil Uji Homogenitas dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Uji Homogenitas
Test of Homogeneity of Variances

Y Keputusan Pembelian				
Levene				
Statistic	df1	df2	Sig.	
1.137	11	87	.343	

Sumber: Data primer diolah (2018)

Pada Tabel 4 kolom *Levene Statistic* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,343. Hal tersebut menunjukkan bahwa $p = 0,343 > 0,05$, maka dapat dikatakan data berasal dari populasi yang homogen.

Uji Perbedaan

Setelah dilakukan uji normalitas dan uji homogenitas pada penelitian ini maka, selanjutnya melakukan uji perbedaan. Uji perbedaan pada penelitian ini menggunakan teknik statistik *Independent-Sample T Test* dengan bantuan *SPSS versi 16.0 for Windows*. Hasil uji perbedaan data penelitian ditampilkan pada tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Uji Perbedaan ditinjau dari Penjualan Tunai

Independent Samples Test										
Levene's Test for Equality of Variances										
t-test for Equality of Means										
		F	Sig.	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PERBEDAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN	Equal variances assumed	29.573	.073	2.664	198	.008	1.030	.387	.268	1.792
	Equal variances not assumed			2.664	174.653	.008	1.030	.387	.267	1.793

Berdasarkan hasil perhitungan uji perbedaan dua rata-rata data yang disajikan pada Tabel 5 diketahui pada kolom *Levene's Test for Equality of Variances* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,073 ($p > 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa kedua varians adalah sama, maka penggunaan varians untuk

membandingkan rata-rata populasi (*t-test for Equality of Means*) dalam pengujian *t-test* harus dengan dasar *equal variance assumed*. Pada *equal variance assumed* diperoleh nilai *t* sebesar 2,664 dan taraf signifikansi $p = 0,000$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa $p < 0,01$, berarti terdapat perbedaan Keputusan Pembelian ditinjau dari Sistem Penjualan pada Pembeli Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa. Dapat dikatakan bahwa tingkat Keputusan Pembelian antara Sistem Penjualan Tunai dengan Sistem Pembelian Kredit pada dasarnya berbeda.

Tabel 6. Hasil Deskriptif Group Statistik ditinjau dari Penjualan Tunai

Group Statistics					
	SISTEM PENJUALAN	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PERBEDAAN KEPUTUSAN PEMBELIAN	1(Penjualan Tunai)	100	18.34	3.195	.319
	2(Penjualan Kredit)	100	15.31	2.177	.218

Jika dilihat dari tabel 6 diperoleh nilai mean (rata-rata) pada Sistem Penjualan Tunai sebesar 18,34 dan Sistem Penjualan Kredit sebesar 15,31. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tingkat Keputusan Pembelian pada Sistem Penjualan Tunai lebih tinggi daripada Sistem Penjualan Kredit.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji perbedaan *Independent-Sample T Test*, diketahui taraf signifikansi $p = 0,000$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa $p < 0,01$, berarti terdapat perbedaan Keputusan Pembelian antara Sistem Penjualan Tunai dengan Sistem Penjualan Kredit. Nilai rata-rata Keputusan Pembelian oleh Sistem Penjualan Tunai sebesar 18,34 dan rata-rata Keputusan Pembelian pada Sistem Penjualan Kredit sebesar 15,31. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat Keputusan Pembelian antara Sistem Penjualan Tunai lebih tinggi daripada Sistem Penjualan Kredit

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata Sistem Penjualan Tunai lebih tinggi dari pada Sistem Penjualan kredit. Hal ini bisa disebabkan karena Sistem Penjualan Tunai cenderung lebih mudah dalam segi pelayanannya, tanpa

menanggung beban hutang di kemudian hari, dan pada Sistem Penjualan Tunai terdapat Potongan Harga. Berbeda dengan Sistem Penjualan Kredit, dimana konsumen akan menanggung hutang atas pembelian secara kredit tersebut, dan konsumen menganggap hal tersebut akan menyulitkan konsumen.

Dalam proses keputusan pembelian terdapat 5 fase menurut Kotler (2005) yaitu sebagai berikut :

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku setelah pembelian

Dengan dasar teori tersebut peneliti mengerti bahwa pemilik toko sebelum menentukan sistem penjualan yang akan diterapkan terlebih dahulu mencoba memahami bahwa para pembeli sebelum memutuskan membeli Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa terlebih dahulu mencari informasi mengenai sistem penjualan yang seperti apa yang diterapkan pada Toko Baju Muslim tersebut. Konsumen mencoba memahami bahwa setiap sistem penjualan yang ada pada Toko Pakaian Syifa mempunyai daya tarik masing-masing sampai akhirnya mereka memutuskan cara manakah yang akan diambil dalam melakukan pembelian Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa. Selanjutnya setelah memutuskan membeli, para konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain, bahwa Baju Muslim Anak Merk Dannis dapat dibeli secara Tunai maupun secara kredit pada Toko Pakaian Syifa.

Dengan menerapkan dua sistem penjualan tersebut, pemilik toko berharap semua orang yang status sosialnya berbeda-beda dapat melakukan hal yang sama, yaitu melakukan pembelian Baju Muslim Anak Merk Dannis pada Toko Pakaian Syifa yang dianggap sudah menjadi suatu kebutuhan tertentu bagi anak-anaknya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa hal mengenai perbedaan rata-rata Keputusan Pembelian pada Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa, yaitu sebagai berikut :

1. Rata-rata Keputusan Pembelian pada Sistem Penjualan Tunai yaitu sebesar 18,34 pada Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa.
2. Rata-rata Keputusan Pembelian Sistem Penjualan Kredit yaitu sebesar 15,31 pada Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa
3. Terdapat perbedaan rata-rata Keputusan Pembelian antara Penjualan Tunai dengan Penjualan Kredit pada Baju Muslim Anak Merk Dannis di Toko Pakaian Syifa.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka penulis merekomendasikan berupa saran-saran antara lain, pemilik Toko Pakaian Syifa sebaiknya tetap menerapkan kedua sistem penjualan yang sudah berjalan tersebut, yaitu sistem penjualan tunai dan sistem penjualan kredit. Karena keduanya sama-sama memiliki daya tarik tersendiri menurut konsumen. Dengan tetap diterapkannya kedua sistem penjualan tersebut akan memudahkan konsumen dalam menentukan pilihan pembelian, dan disisi lain konsumen tetap akan melakukan pembelian Baju Muslim Anak Merk Dannis pada Toko Pakaian Syifa. Sehingga tercapailah tujuan pemilik yaitu memperoleh keuntungan semaksimal mungkin tanpa mempersulit calon pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Ekonomi, Manajemen, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Aswaja Pressindo. Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2006. *Metodelogi Penelitian*. Bina Aksara. Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Jonathan, S. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Komalasari. 2011. *Asesmen Teknik Nontes dalam Pesrpektif BK Komprehensif*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Kotler, P. 2005. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Keduabelas*. PT. Indeks. Jakarta.

- Misbahuddin dan Hasan, I. 2004. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. PT Aksara. Jakarta.
- Mulyadi. 2008. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Oei, I. 2010. *Riset Sumber Daya Manusia*. Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R.D Cetakan Ke-13*. Alfabeta. Bandung. Bandung.
- Sugiyono. 2015. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Sumarni, M. 2005. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi. Yogyakarta.
- Suroyo, A. 2009. *Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Kuisisioner dan Sosiometri*. Widya Karya. Semarang.
- Umi, N. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.