

**SKRIPSI**

**ANALISIS KOMPARASI PENGARUH *MERCHANDISE ASSORTMENT*,  
*STORE ENVIRONMENT* DAN *PRICE* TERHADAP *PURCHASE*  
*INTENTION* PRODUK *FASHION* DI TOKO RITEL  
3SECOND DAN UNIQLO**



Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**SAFIRA RIZQI ZULFIFAH**

**NIM: 2010312120021**

**PROGRAM STUDI: MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN**

**2024**

**LEMBAR LEGALITAS**

**ANALISIS KOMPARASI PENGARUH *MERCHANDISE ASSORTMENT*,  
*STORE ENVIRONMENT*, DAN *PRICE* TERHADAP *PURCHASE*  
*INTENTION* PRODUK *FASHION* DI TOKO RITEL  
3SECOND DAN UNIQLO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**SAFIRA RIZQI ZULFIFAH**

**NIM : 2010312120021**

Telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Tanggal 04 Oktober 2024

dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

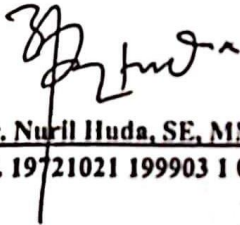
Dosen Pembimbing



**Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM**


**NIP. 19670909 199303 1 001**

Penguji I



**Dr. Nuril Huda, SE, MM**  
**NIP. 19721021 199903 1 002**

Penguji II



**Dr. RR. Yulianty Prihatiningrum, SE., M.Si.**  
**NIP. 19730727 200112 2 001**

**Mengetahui**  
**Koordinator Program Studi S1 Manajemen**



**Abdul Hadi, SE, M.Si**  
**NIP. 19700707 200501 1 001**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

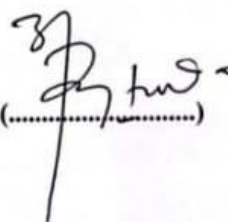
Nama : Safira Rizqi Zulfifah  
NIM : 2010312120021  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Komparasi Pengaruh *Merchandise Assortment, Store Environment, Dan Price Terhadap Purchase Intention* Produk *Fashion* Di Toko Ritel 3second Dan Uniqlo  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Jum'at, 04 Oktober 2024  
Waktu Ujian : 14.00 – 16.00 WITA

**Tim Penguji**

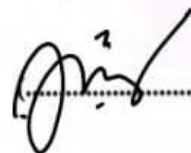
**Pembimbing : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM**

  
(.....)

**Penguji I : Dr. Nuril Huda, SE, MM**

  
(.....)

**Penguji II : Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE,  
M.Si**

  
(.....)

## BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat :

Nama : Safira Rizqi Zulfifah  
NIM : 2010312120021  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Analisis Komparasi Pengaruh *Merchandise Assortment, Store Environment, Dan Price Terhadap Purchase Intention* Produk *Fashion* Di Toko Ritel 3second Dan Uniqlo  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : Jum'at, 04 Oktober 2024  
Waktu Ujian : 14.00 – 16.00 WITA

Disetujui oleh dosen pembimbing.

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang mendapat persetujuan.  
Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapat persetujuan  
dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 07 Oktober 2024

Mahasiswa



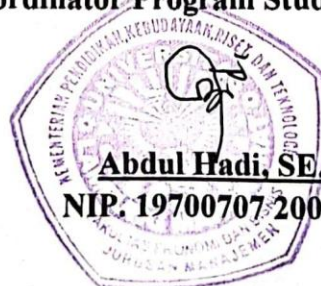
**Safira Rizqi Zulfifah**  
NIM. 2010312120021

Dosen Pembimbing



**Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM**  
NIP. 19670909 199303 1 001

**Mengetahui**  
**Koordinator Program Studi S1 Manajemen**



**Abdul Hadi, SE., M.Si**  
NIP. 19700707 200501 1001

## **SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 2024

Yang membuat pernyataan,

Safira Rizqi Zulfifah

NIM. 2010312120021

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan rahmat, hidayah serta karunia-Nya yang senantiasa mengiringi perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Komparasi Pengaruh *Merchandise Assortment*, *Store Environment*, dan *Price* terhadap *Purchase Intention* Produk *Fashion* di Toko Ritel 3Second dan Uniqlo” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis tentunya menemukan hambatan dan kendala. Akan tetapi berkat arahan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan itu tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi dengan memberikan sumbangan baik berupa materi maupun pikirannya untuk membantu penulis menghadapi hambatan dan kendala tersebut. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan dukungan selama proses pelaksanaan dan penulisan skripsi.

4. Bapak Dr. Nuril Huda, SE, MM dan Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatinungrum, SE, M.Si selaku dosen penguji I dan II dalam ujian skripsi.
5. Ibu Hj. Dahniar, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan selama perjalanan akademik Penulis.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal penulis dalam menjalani kehidupan pada masa yang akan datang serta seluruh staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang banyak membantu penulis dan mewarnai kehidupan penulis di dalam kampus.
7. Kedua orang tua tercinta, Ibunda dan ayahanda serta saudara-saudara saya yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungannya yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata.
8. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan semangat, bertukar pikiran dan membantu selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Dhea, Nada, Ara, Sabrina, Novi, Salman, Wahyu, Ridho, Theo dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
9. Seluruh sahabat saya baik diluar maupun di kampus yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya Nadia, Aicha, Fidah, Zulaeha Ni'mah, Ajizah, Ka Bella.
10. Seluruh teman-teman kelas Manajemen C 2020, kelas ganjil, dan konsentrasi pemasaran yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
11. Seluruh responden dan pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, tanpanya penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal baik mereka memperoleh balasan baik dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungan-Nya. Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan dari semua pihak.

Banjarmasin, 03 Oktober 2024  
Peneliti

**Safira Rizqi Zlfifah**  
**NIM. 2010312120021**

## **ABSTRACT**

**Safira Rizqi Zulfifah (2024).** *Comparative Analysis of the Influence of Merchandise Assortment, Store Environment, and Price on Purchase Intention for Fashion Products at 3Second and Uniqlo Retail Stores. Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Lambung Mangkurat University. Advisor: Muhammad Riza Firdaus.*

*This research aims to test and analyze (1) the influence of Merchandise Assortment on Purchase Intention in fashion retail stores. (2) The influence of Store Environment on Purchase Intention of fashion retail stores. (3) The influence of Price on Purchase Intention of fashion retail stores. (4) Differences in Merchandise Assortment, Store Environment, Price, and Purchase Intention at 3Second and Uniqlo fashion retail stores.*

*This research uses quantitative methods and collects data through questionnaires distributed online. The population used in this research is Generation Z in Banjarmasin City who have visited the 3Second or Uniqlo fashion retail stores in Banjarmasin. Sampling was carried out using a purposive sampling technique of 100 respondents (50 3Second respondents and 50 Uniqlo respondents) with the following criteria: Generation Z in Banjarmasin aged 18-27 years, has visited 3Second or Uniqlo fashion retail stores in Banjarmasin. Research data were analyzed using multiple regression analysis and the nonparametric Mann-Whitney U test using SPSS 26 software.*

*The results of this research show that: (1) Merchandise Assortment does not have a significant effect on Purchase Intention for fashion products. (2) Store Environment does not have a significant effect on Purchase Intention for fashion products. (3) Price has a positive and significant effect on Purchase Intention for fashion products. (4) Merchandise Assortment, Store Environment, Price, and Purchase Intention at 3Second and Uniqlo stores do not have significant average differences.*

**Keywords:** *Merchandise Assortment, Store Environment, Price, Purchase Intention.*

## ABSTRAK

**Safira Rizqi Zulfifah (2024).** Analisis Komparasi Pengaruh *Merchandise Assortment*, *Store Environment*, dan *Price* terhadap *Purchase Intention* Produk Fashion di Toko Ritel 3Second dan Uniqlo. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: Muhammad Riza Firdaus.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis (1) Pengaruh *Merchandise Assortment* terhadap *Purchase Intention* toko ritel fesyen. (2) Pengaruh *Store Environment* terhadap *Purchase Intention* toko ritel fesyen. (3) Pengaruh *Price* terhadap *Purchase Intention* toko ritel fesyen. (4) Perbedaan *Merchandise Assortment*, *Store Environment*, *Price*, dan *Purchase Intention* di toko ritel fesyen 3Second dan Uniqlo.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan secara *online*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Banjarmasin yang sudah pernah mengunjungi toko ritel fesyen 3Second atau Uniqlo di Banjarmasin. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 100 responden (50 responden 3Second dan 50 responden Uniqlo) dengan kriteria: generasi Z di Banjarmasin berusia 18-27 tahun, pernah mengunjungi toko ritel fesyen 3Second atau Uniqlo di Banjarmasin. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dan uji nonparametrik test Mann-Whitney U menggunakan *software SPSS 26*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Merchandise Assortment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* produk fesyen. (2) *Store Environment* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* produk fesyen. (3) *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* produk fesyen. (4) *Merchandise Assortment*, *Store Environment*, *Price*, dan *Purchase Intention* di toko 3Second dan Uniqlo tidak terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan.

**Kata kunci:** *Merchandise Assortment*, *Store Environment*, *Price*, *Purchase Intention*.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR LEGALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
Gambar 1.5 Jumlah Pengunjung Store Uniqlo.....	8
Gambar 1.7 Jumlah pengunjung store 3Second .....	9
1.2    Rumusan Masalah .....	14
1.3    Tujuan Penelitian.....	15
1.4    Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1    Landasan Teori .....	17
2.1.1 <i>Merchandise Assortment</i> (Keragaman Barang Dagang) .....	17
2.1.2 <i>Store Environment</i> (Lingkungan Toko).....	20
2.1.3 <i>Price</i> (Harga) .....	24
2.1.4 <i>Purchase Intention</i> (Niat Beli) .....	27
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	28
BAB III    KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN... 31	
1.1    Kerangka Konseptual Penelitian .....	31
1.2    Hipotesis Penelitian .....	34
1.2.1 Pengaruh <i>Merchandise Assortment</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	34
1.2.2 Pengaruh <i>Store Environment</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	35
1.2.3 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	36
1.2.4 Perbedaan Merchandise Assortment, <i>Store Environment</i> , <i>Price</i> dan <i>Purchase Intention</i> pada Toko Ritel Fesyen Lokal dan Impor.....	37

BAB IV METODE PENELITIAN .....	39
4.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	39
4.2 Jenis Penelitian .....	39
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian.....	39
4.4 Unit Analisis .....	40
4.5 Populasi dan dan Sampel.....	40
4.5.1 Populasi.....	40
4.5.2 Sampel .....	40
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	42
4.6.1 Variabel .....	42
4.6.2 Definisi Operasional Variabel .....	42
4.7 Teknik Pengumpulan Data .....	47
4.8 Teknik Analisis Data .....	47
4.8.1 Uji Instrumen.....	48
4.8.2 Uji Outlier .....	49
4.8.3 Uji Statistik Deskriptif.....	50
4.8.4 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.8.5 Uji Hipotesis .....	52
BAB V PEMBAHASAN .....	56
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
5.1.1 Identitas Objek Penelitian.....	56
5.1.2 Sejarah Singkat Objek Penelitian .....	59
5.2 Hasil dan Analisis.....	63
5.2.1 Karakteristik Responden.....	63
5.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	69
5.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	81
5.2.3.1 Uji Validitas .....	81
5.2.3.2 Uji Reliabilitas .....	82
5.2.4 Analisis Data .....	83
5.2.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	83
5.2.4.1.1 Uji Normalitas .....	83
5.2.4.1.2 Uji Multikolinearitas .....	85
5.2.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....	86
5.2.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	88

5.2.5	Hasil Pengujian Hipotesis.....	93
5.4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	105
5.4.5	Implikasi Hasil Penelitian.....	115
5.4.6	Keterbatasan Penelitian .....	122
BAB VI.....		124
KESIMPULAN DAN SARAN.....		124
6.1	Kesimpulan.....	124
6.2	Saran .....	124
DAFTAR PUSTAKA .....		125
LAMPIRAN.....		129

## DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 2.1 Perbandingan Variabel Penelitian Ini dengan Penelitian yang Lalu.....	23
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 5.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 5.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	64
Tabel 5.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	65
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	66
Tabel 5.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan/Uang Saku per Bulan .....	67
Tabel 5.6 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	68
Tabel 5.7 Karakteristik Responden berdasarkan Merek Produk Fesyen yang Sering Dibeli .....	69
Tabel 5.8 Kriteria Tiga Kotak (Three-box Method) .....	70
Tabel 5.9 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Merchandise Assortment (X1)</i>	70
Tabel 5.10 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Store Environment (X2)</i> .....	72
Tabel 5. 11 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price(X3)</i> .....	73
Tabel 5. 12 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Purchase Intention (Y)</i> .....	74
Tabel 5.13 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Merchandise Assortment (X1)</i> .....	76
Tabel 5.14 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Store Environment (X2)</i> .....	77
Tabel 5.15 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price(X3)</i> .....	78
Tabel 5.16 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Purchase Intention (Y)</i> .....	80
Tabel 5.17 Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 5.18 Uji Reliabilitas .....	83
Tabel 5.19 Hasil Uji Normalitas 3Second.....	84
Tabel 5.20 Hasil Uji Normalitas Uniqlo .....	84
Tabel 5.21 Hasil Uji Multikolinieritas (3Second).....	85
Tabel 5.22 Hasil Uji Multikolinieritas Uniqlo .....	85
Tabel 5.23 Uji Heteroskedastisitas (3Second) .....	86
Tabel 5. 24 Uji Heteroskedastisitas (Uniqlo).....	86
Tabel 5.25 Hasil Uji Linieritas (3Second) .....	87
Tabel 5.26 Hasil Uji Linearitas (Uniqlo) .....	88
Tabel 5.27 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda (3Second).....	89
Tabel 5.28 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda (Uniqlo) .....	91
Tabel 5.29 Hasil Koefisien Determinasi (3Second).....	93
Tabel 5.30 Hasil Koefisien Determinasi (Uniqlo) .....	95
Tabel 5.31 Hasil Hipotesis Uji F (3Second) .....	97
Tabel 5.32 Hasil Hipotesis Uji F (Uniqlo).....	97
Tabel 5.33 Hasil Uji Hipotesis t (3Second) .....	98
Tabel 5.34 Hasil Uji Hipotesis t (Uniqlo) .....	99
Tabel 5.35 Jawaban Pertanyaan Terbuka 1 .....	101
Tabel 5.36 Jawaban Pertanyaan Terbuka 2.....	101
Tabel 5.37 Jawaban Pertanyaan Terbuka 3.....	102
Tabel 5.38 Hasil Uji Normalitas .....	103
Tabel 5.39 Hasil Uji Homogenitas.....	103
Tabel 5.40 Hasil Uji Mann Whitney U .....	104

## DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1.1 Sepuluh Negara dengan Skor GRDI Terbesar (2021).....	2
Sumber: Thomas, (2021).....	2
Gambar 1.2 Sepuluh Merek Fesyen Favorit Responden.....	4
Gambar 1.3 Merek Lokal Terpopuler Kategori Pakaian.....	5
Gambar 1.4 <i>Brand Value of the leading 10 apparel brands worldwide in 2023</i> ....	7
Sumber: statista.com, 2023 .....	7
Tabel 2.1 Perbandingan Variabel Penelitian Ini dengan Penelitian yang Lalu.....	29
Tabel 2.1 (Lanjutan) Perbandingan Variabel Penelitian Ini dengan Penelitian yang Lalu .....	30
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual Regresi Linear Berganda .....	33
Gambar 3. 2 Kerangka Konseptual Uji Beda.....	34
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4.1 (Lanjutan) Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 4.1 (Lanjutan) Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4.1 (Lanjutan) Definisi Operasional Variabel.....	46
Gambar 5.1 Logo 3Second.....	57
Gambar 5. 2 Logo Uniqlo .....	59
Tabel 5.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
Tabel 5.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	64
Tabel 5. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	66
Tabel 5.5 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan/Uang Saku per Bulan .....	67
Tabel 5.6 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	68
Tabel 5.7 Karakteristik Responden berdasarkan Merek Produk Fesyen yang Sering Dibeli .....	69
Tabel 5.8 Kriteria Tiga Kotak (Three-box Method) .....	70
Tabel 5.9 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Merchandise Assortment (X1)</i> 70	70
Tabel 5.10 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Store Environment (X2)</i> .....	72
Sumber: Data primer, diolah 2024 .....	72
Tabel 5. 11 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price(X3)</i> .....	73
Sumber: Data primer, diolah 2024 .....	73
Tabel 5. 12 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Purchase Intention (Y)</i> .....	74
Sumber: Data primer, diolah 2024 .....	75
Tabel 5.13 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Merchandise Assortment (X1)</i> .....	76
Tabel 5.14 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Store Environment (X2)</i> .....	77
Sumber: Data primer, diolah 2024 .....	77
Tabel 5.15 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Price(X3)</i> .....	78
Sumber: Data primer, diolah 2024 .....	79

Tabel 5.16 Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Purchase Intention (Y)</i> .....	80
Sumber: Data primer, diolah 2024 .....	80
Tabel 5.17 Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 5.18 Uji Reliabilitas .....	83
Tabel 5.19 Hasil Uji Normalitas 3Second.....	84
Tabel 5.20 Hasil Uji Normalitas Uniqlo .....	84
Tabel 5.21 Hasil Uji Multikolinieritas (3Second).....	85
Tabel 5.22 Hasil Uji Multikolinieritas Uniqlo .....	85
Tabel 5.23 Uji Heteroskedastisitas (3Second) .....	86
Tabel 5. 24 Uji Heteroskedastisitas (Uniqlo).....	86
Tabel 5.25 Hasil Uji Linieritas (3Second) .....	87
Tabel 5.26 Hasil Uji Linearitas (Uniqlo) .....	88
Tabel 5.27 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda (3Second).....	89
Tabel 5.28 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda (Uniqlo) .....	91
Tabel 5.29 Hasil Koefisien Determinasi (3Second).....	93
Tabel 5.30 Hasil Koefisien Determinasi (Uniqlo) .....	95
Tabel 5.31 Hasil Hipotesis Uji F (3Second) .....	97
Tabel 5.32 Hasil Hipotesis Uji F (Uniqlo).....	97
Tabel 5.33 Hasil Uji Hipotesis t (3Second) .....	98
Tabel 5.34 Hasil Uji Hipotesis t (Uniqlo) .....	99
Tabel 5.35 Jawaban Pertanyaan Terbuka 1 .....	101
Tabel 5.36 Jawaban Pertanyaan Terbuka 2.....	101
Tabel 5.37 Jawaban Pertanyaan Terbuka 3.....	102
Tabel 5.38 Hasil Uji Normalitas .....	103
Tabel 5.39 Hasil Uji Homogenitas.....	103
Tabel 5.40 Hasil Uji Mann Whitney U .....	104