

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Objek Penelitian

a. Profil Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung

Kedai Jajanan Sikunin adalah suatu usaha kecil yang di dirikan oleh seorang yang orang tuanya asli bandung. Pada mulanya usaha ini dibuka pada tahun 2015 dengan cara preorder dimana seseorang pembeli itu harus pesan dahulu dan harus menunggu dan setelah jadi diantar oleh penjualnya sendiri.

Dan seiring berjalannya waktu dan bertambahnya permintaan konsumen untuk membuka kedai. Akhirnya pada bulan Desember 2018 Seblak dan Asinan tersebut di buka secara resmi siapa yang akan membeli tidak harus menunggu atau memesan berjam-jam. Dan dengan di bukanya kedai ini menjadi banyak menu varian dan ekstra topping seperti pada tabel 4.1 dan 4.2. Cara mempromosikannya awalnya dengan menggunakan sosial media seperti instagam dan memperkenalkan seblak itu seperti capjay yang mana makanan ini tanpa micin dan aman dikonsumsi untuk orang yang tidak suka micin ataupun alergi dengan micin. Dengan di bukanya kedai akhirnya pelanggan menjadi lebih banyak dari biasanya.

Tabel 4.1
Menu Utama Jajanan Sikunin

Seblak Brebes Mili Ceker	Rp. 15.000
Seblak Brebes Mili Otak-Otak	Rp. 15.000
Seblak Brebes Mili Scalop	Rp. 15.000
Seblak Brebes mili komplit 1 (Isi : Ceker + Scalop)	Rp. 17.000
Seblak Brebes Mili Komplit 2 (Isi : Ceker + Otak-Otak)	Rp. 17.000
Seblak Brebes Mili Komplit 3 (Isi : Ceker + Telur)	Rp. 18.000
Seblak Brebes Mili Super Komplit (Isi : Ceker + Otak-Otak+ Bakso + Scalop + Sosis + Telur)	Rp. 20.000
Seblak Brebes Mili Premium (Isi : Ceker + Otak-Otak+ Bakso + Scalop + Sosis + Telur + Cikuwa + Dumpling Keju/ Ayam + Crap Stik + Bakso Ikan / Bakso Lopster)	Rp. 35. 000

Tabel 4.2
Pilihan Extra Topping

Dumpling Keju	Rp. 3.000 / pcs
Dumpling Ayam	Rp. 3.000 / pcs
Otak-Otak Singapura	Rp. 2.000 / pcs
Bakso Ikan	Rp. 1.500 / pcs
Crab Stick	Rp. 2.500 / pcs
Telur Goreng	Rp. 3.500 / pcs
Telur Rebus	Rp. 3.500 / pcs
Bakso	Rp. 1.500 / pcs
Otak-Otak	Rp. 1.500 / pcs
Scalob	Rp. 2.000 / pcs
Sosis	Rp. 2.000 / pcs
Sayap	Rp. 8.000 / pcs
Ceker	Rp. 2.000 / pcs
Mie dan makaroni	Rp. 3.000 / porsi

Selain seblak yang di jual berbagai varian, di kedai Jajanan Sikunin juga menjual Asinan yang berbagai macam buah seperti pada tabel 4.3.

Tabel 4.3
Asinan

Asinan Meriah (Sayur + Buah)	Rp. 10.000
Buah Campur	Rp. 10.000
Dondong	Rp. 10.000
Mangga	Rp. 15.000
Rambutan	Rp. 15.000
Kelengkeng	Rp. 15.000
Salak	Rp. 15.000
Jeruk Bali	Rp. 15.000

Selain itu juga menyediakan minuman seperti pada tabel 4.4.

Tabel 4.4
Minuman

Es Teh	Rp. 3.000
Es Jeruk	Rp. 4.000
Es Rintik Hujan	Rp. 5.000
Es Pelangi	Rp. 8.000

Dalam hal kualitas produk dan harganya sangatlah terjangkau bagi para konsumen yang masih sekolah ataupun kuliah. Seblak dan Asinan juga bisa di pesan secara online dengan menggunakan aplikasi grab food atau pun WhatsApp ke Penjualnya di nomor 082143414001, dan adapun kalau WhatsApp ke nomor tersebut akan diantar dengan kurir yang di sediakan oleh Jajanan Sikunin dengan membayar sesuai dengan alamat yang dituju. Adapun juga bisa pesan terlebih dahulu di nomor yang sudah tertera dan nanti langsung di ambil ke kedai Jajanan Sikunin.

b. Lokasi Jajanan Kedai Sikunin

Pemilihan lokasi Kedai Jajanan Sikunin sangat strategis dalam menjangkau pelanggan dalam berbelanja. Kedai Jajanan

Sikunin berada di tengah perkotaan di mana semua orang mudah mencarinya kedai tersebut terletak di Jl Ahmad Yani Gang 3 No. 45, Bago, Kec. Tulungagung, Tulungagung, 66217 di pinggir jalan raya besar yang bisa di lewati untuk mobil juga. Pemilihan lokasinya sangat pas memudahkan para konsumen yang ingin membeli atau sekedar icip-icip untuk mampir sangat mudah tinggal menyebrang dengan halaman parkir yang cukup teduh dan nyaman.

c. Personalia dan Hubungan karyawan

Kedai Jajanan Sikunin menetapkan jam kerja mulai dari jam 10.00 WIB sampai dengan jam 20.00 WIB setiap hari buka kecuali hari raya idul fitri dan buka , dalam oprasionalnya di kerjakan oleh karyawan akan tetapi di kedai tersebut pemilik kedai mendampingi mereka selama jam kerja berlangsung. Untuk sistem upah kedai Jajanan Sikunin memberikan penghasilan berupa gaji pokok, intensif dan juga komisi penjualan untuk karyawannya dan juga membawa makan sendiri- sendiri. Libur untuk karyawan 2x perbulan bergiliran dengan teman kerjanya, jadi kalau semisal teman kerjanya yang 1 tidak masuk yang 1 nya lagi tidak boleh tidak masuk juga.

2. Profil Responden

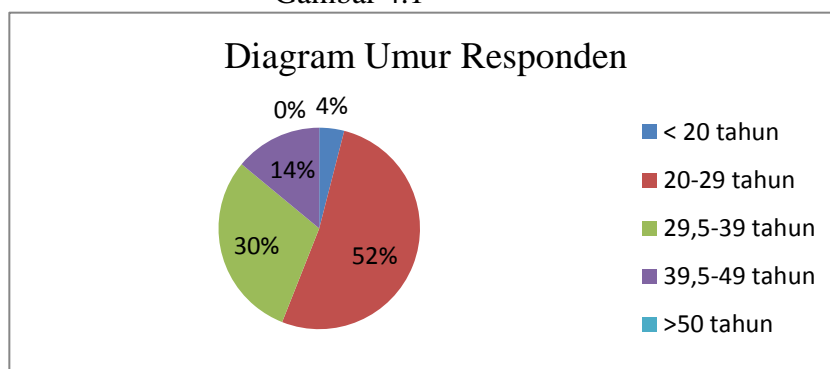
Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada kedai Jajanan Sikunin Tulungagung adapun jumlah sampel yang ditentukan

sebanyak 100 konsumen dengan metode pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental sampling*, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti. Setiap responden diberikan angket dan mengisi angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti.

3. Karakteristik Responden

Karakteristik dalam penelitian ini di bagi menjadi 6 karakteristik responden yang terdiri dari umur responden, jenis kelamin, pekerjaan, asal kota, pendapatan dan pernah berkunjung atau berapa kali berkunjung. Karakteristik responden di sajikan dalam tabel berikut :

Gambar 4.1

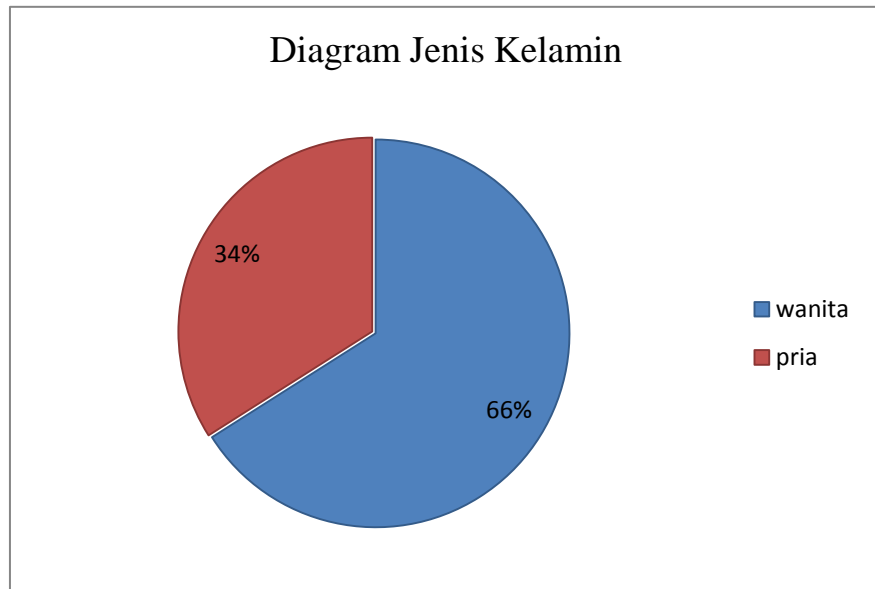


Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Pada diagram gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa konsumen Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan berdasarkan umur > 20 tahun sebanyak 4%, umur 20-29 tahun sebanyak 52%, umur 29,5-39 tahun sebanyak 30%, umur 39,5-49 tahun sebanyak 14% dan umur < 50 tahun sebanyak 0%. Jadi dapat di simpulkan

bahwa pembeli di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan rata-rata berumur 20-29 tahun.

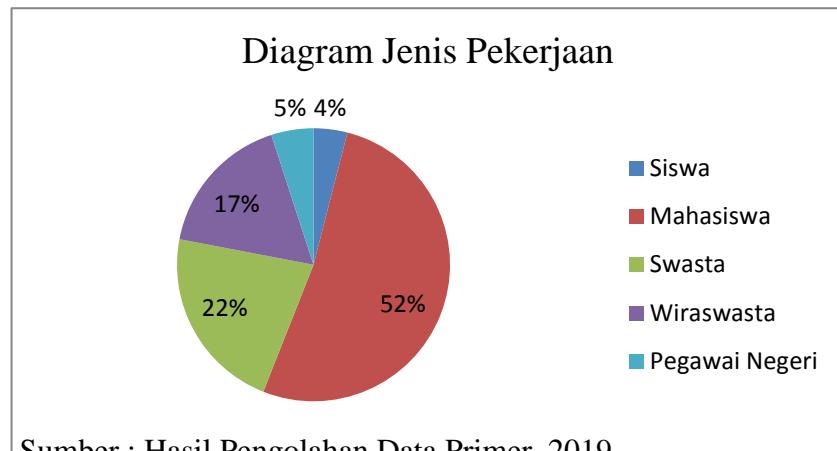
Gambar 4.2



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

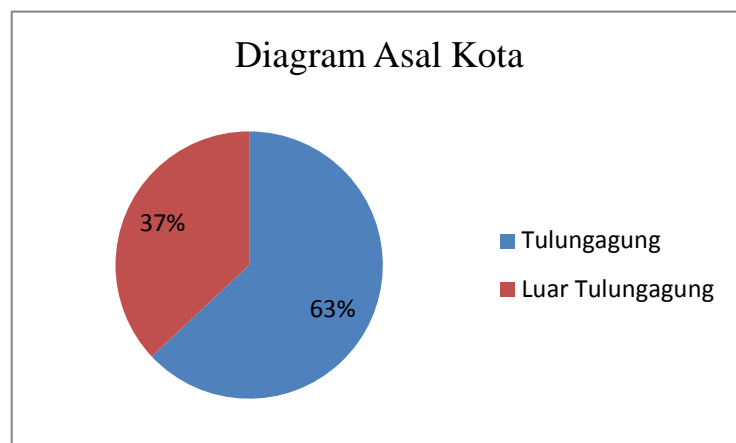
Pada diagram gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa konsumen Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 66% orang dan konsumen berjenis laki laki yaitu sebanyak 34% orang. Jadi dapat di simpulkan bahwa pembeli di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan yaitu perempuan.

Gambar 4.3



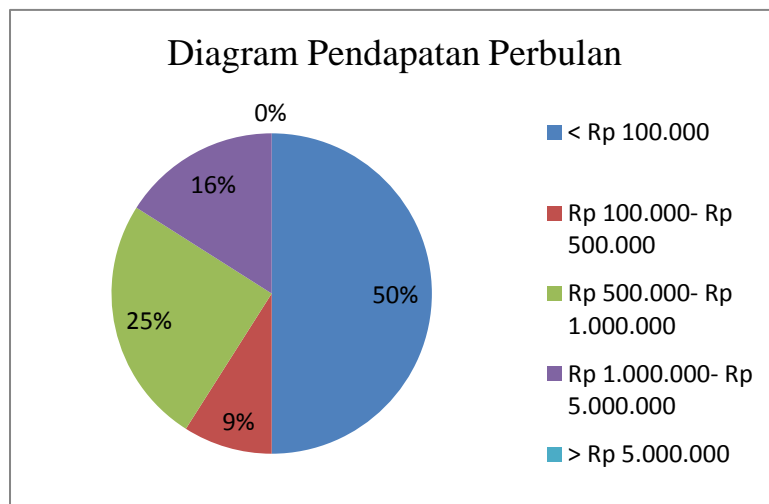
Pada diagram gambar 4.3 di atas menunjukkan bahwa konsumen Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan berdasarkan jenis pekerjaan siswa sebanyak 4%, mahasiswa sebanyak 52%, swasta sebanyak 22%, wiraswasta sebanyak 17%, dan pegawai negeri sebanyak 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pembelian di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan rata-rata yang terbanyak yaitu mahasiswa.

Gambar 4.4



Pada diagram gambar 4.4 di atas menunjukkan bahwa konsumen Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan berdasarkan asal kota yang berasal dari Tulungagung sebanyak 63% dan dari luar Tulungagung sebanyak 37%. Jadi dapat di simpulkan bahwa pembeli yang membeli di kedai Jajanan Sikunin berasal dari kota Tulungagung.

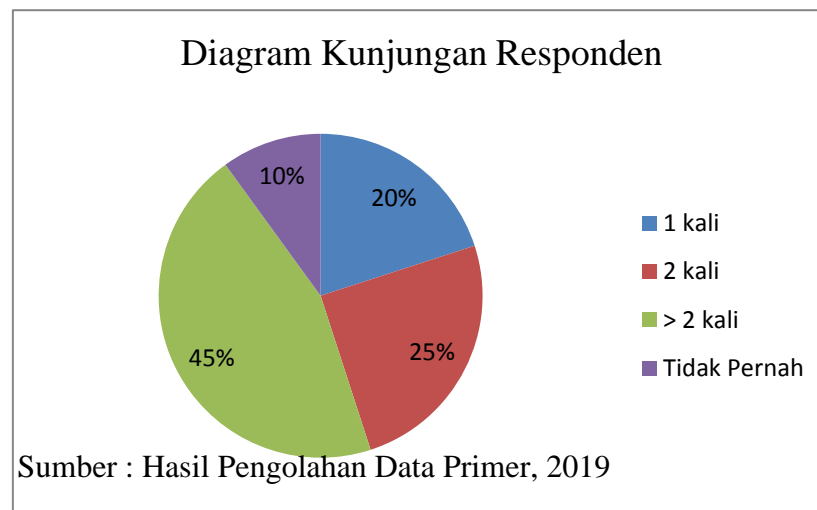
Gambar 4.5



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Pada diagram gambar 4.5 di atas menunjukkan bahwa konsumen Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan berdasarkan pendapatan perbulan <Rp.100.000 sebanyak 50%, Rp.100.000- Rp.500.000 sebanyak 9%, Rp.500.000-Rp.1.000.000 sebanyak 25%, Rp.1.000.000-Rp.5.000.000 sebanyak 16%, dan >Rp.5.000.000 sebanyak 0%. Jadi dapat di simpulkan bahwa pembelian di Kedai Jajanan Sikunin berdasarkan pendapatan perbulan rata-rata yang berpendapatan <Rp.100.000.

Gambar 4.6



Pada diagram gambar 4.6 di atas menunjukkan bahwa konsumen Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan berdasarkan kunjungannya sebanyak 1 kali yaitu 20%, sebanyak 2 kali yaitu 25% dan sebanyak >2 kali yaitu 45% dan tidak pernah yaitu 10%. Jadi dapat di simpulkan bahwa pembelian di Kedai Jajanan Sikunin lebih dari 2 kali.

4. Deskripsi Variabel

Dari angket yang telah di berikan kepada responden Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan terdiri dari 20 pertanyaan dan dibagi 5 kategori yaitu :

1. 5 soal di gunakan untuk mengetahui pemilihan kualitas produk yang ada di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan yang di ukur dari variabel kualitas produk (X1).
2. 5 soal di gunakan untuk mengetahui pemilihan harga yang ada di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan yang diukur dari variabel harga (X2).

3. 5 soal di gunakan untuk mengetahui pemilihan tempat/lokasi yang ada di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan yang diukur dari varaibel tempat/lokasi (X3).
4. 5 soal di gunakan untuk mengetahui minat beli yang ada di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan yang diukur dari Variabel minat beli (Y).

Tabel 4.5
Kualitas Produk (X1)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	43	9%
2	Setuju	4	187	37%
3	Netral	3	254	51%
4	Tidak setuju	2	9	2%
5	Sangat Tidak Setuju	1	7	1%

Sumber : Data Primer diolah peneliti,2019

Dari tabel 4.5 di atas di ketahui dari 100 responden pada kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan, peneliti berhasil mendapatkan data responden pada varaibel kualitas produk yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 43, setuju berjumlah 187, netral berjumlah 254, tidak setuju berjumlah 9 dan sangat tidak setuju berjumlah 7. Dari hasil diatas responden lebih banyak memilih jawaban netral ini berarti responden menganggap bahwa kualitas produk pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan sesuai dengan selera konsumen yang diinginkan.

Tabel 4.6
Harga (X2)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	42	8%
2	Setuju	4	192	38%
3	Netral	3	249	50%
4	Tidak setuju	2	9	2%
5	Sangat Tidak Setuju	1	8	2%

Sumber : Data Primer diolah peneliti,2019

Dari tabel 4.6 di atas di ketahui dari 100 responden pada kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan, peneliti berhasil mendapatkan data responden pada varaibel kualitas produk yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 42, setuju berjumlah 192, netral berjumlah 249, tidak setuju berjumlah 9 dan sangat tidak setuju berjumlah 8. Dari hasil diatas responden lebih banyak memilih jawaban netral ini berarti responden menganggap bahwa kualitas produk pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan sesuai dengan selera konsumen yang diinginkan.

Tabel 4.7
Tempat/lokasi

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	35	7%
2	Setuju	4	158	32%
3	Netral	3	278	56%
4	Tidak setuju	2	18	3%
5	Sangat Tidak Setuju	1	11	2%

Sumber : Data Primer diolah peneliti,2019

Dari tabel 4.7 di atas di ketahui dari 100 responden pada kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan, peneliti berhasil

mendapatkan data responden pada variabel kualitas produk yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 35, setuju berjumlah 158, netral berjumlah 278, tidak setuju berjumlah 18 dan sangat tidak setuju berjumlah 11. Dari hasil di atas responden lebih banyak memilih jawaban netral ini berarti responden menganggap bahwa kualitas produk pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan sesuai dengan selera konsumen yang diinginkan.

Tabel 4.8
Minat Beli (Y)

No	Bobot	Skor	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	39	8%
2	Setuju	4	181	36%
3	Netral	3	270	54%
4	Tidak setuju	2	6	1%
5	Sangat Tidak Setuju	1	4	1%

Sumber : Data Primer diolah peneliti,2019

Dari tabel 4.8 di atas di ketahui dari 100 responden pada kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan, peneliti berhasil mendapatkan data responden pada variabel kualitas produk yang memilih pendapat sangat setuju berjumlah 39, setuju berjumlah 181, netral berjumlah 270, tidak setuju berjumlah 6 dan sangat tidak setuju berjumlah 4. Dari hasil di atas responden lebih banyak memilih jawaban netral ini berarti responden menganggap bahwa kualitas produk pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan sesuai dengan selera konsumen yang diinginkan.

B. Pengujian Hipotesis

1. Uji Keabsahan Data

Untuk mengetahui tingkat keakuratan data, maka dilakukan pengujian instrumen penelitian (kuesioner) dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas data seperti berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas di gunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan *df (degree of freedom)* dengan rumus $df=n-2$, di mana n = jumlah sampel. Jadi df yang di gunakan adalah $100-2 = 98$ dengan α sebesar 5%, maka hasil nilai r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaanya di katakan valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
X1.1	0,682	0,1946	Valid
X1.2	0,774	0,1946	Valid
X1.3	0,766	0,1946	Valid
X1.4	0,841	0,1946	Valid
X1.5	0,719	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer diolah peneliti,2019

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.9 di atas, di ketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa semua indikator dari kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Harga

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
X2.1	0,836	0,1946	Valid
X2.2	0,793	0,1946	Valid
X2.3	0,746	0,1946	Valid
X2.4	0,740	0,1946	Valid
X2.5	0,779	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer diolah peneliti,2019

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.10 di atas diketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa semua indikator dari harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Tempat/Lokasi

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
X3.1	0,849	0,1946	Valid
X3.2	0,850	0,1946	Valid
X3.3	0,868	0,1946	Valid
X3.4	0,712	0,1946	Valid
X3.5	0,872	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer diolah peneliti,2019

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.11 di atas, di ketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa semua indikator dari tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.12
Validitas Minat Beli

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
Y1	0,802	0,1946	Valid
Y2	0,785	0,1946	Valid
Y3	0,718	0,1946	Valid
Y4	0,812	0,1946	Valid
Y5	0,804	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer diolah peneliti,2019

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.12 di atas, di ketahui bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa semua indikator dari minat beli yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat di interprestasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas produk (X1)	0,795	Reliabel
Harga (X2)	0,833	Sangat Reliabel
Tempat/Lokasi (X3)	0,887	Sangat Reliabel
Minat Beli (Y)	0,843	Sangat Reliabel

Sumber : Data Primer diolah peneliti,2019

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.13 uji reliabilitas di atas, di ketahui bahwa nilai Croanbach's Alpha variabel kualitas produk, ini lebih besar dari 0,61 yaitu $0,795 > 0,61$ berarti sangat variabel kualitas produk sangat reliabel. Nilai Croanbach's Alpha variabel harga ini lebih besar dari 0,81 yaitu $0,833 > 0,81$ berarti variabel harga sangat variabel. Nilai Croanbach's Alpha variabel tempat/lokasi ini lebih besar dari 0,81 yaitu $0,887 > 0,81$ berarti variabel lokasi/tempat sangat reliabel. Nilai Croanbach's Alpha variabel minat beli ini lebih besar dari 0.81 yaitu $0,843 > 0,81$ berarti variabel minat beli sangat reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat di pakai dalam statistik parametrik. Untuk mengetahui apakah data ini berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengujian dengan pendekatan *Kolomogorov-Smirnov*.

Tabel 4.14
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.89662056
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.091
	Negative	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		1.167
Asymp. Sig. (2-tailed)		.131
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data Primer diolah *SPSS 16.0*

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat di ketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel sebesar 0,131 yang artinya nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat di simpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan antara dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama di pengaruhi variabel ketiga yang berada diluar model. Untuk mendeteksi uji multikolonieritas dinyatakan jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model bebas dari multikolonieritas. Berikut adalah hasil pengujian multikolonieritas.

Table 4.15
 Hasil Uji Multikolonieritas
 Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.658	1.519
X2	.717	1.394
X3	.593	1.688

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer diolah *SPSS 16.0*

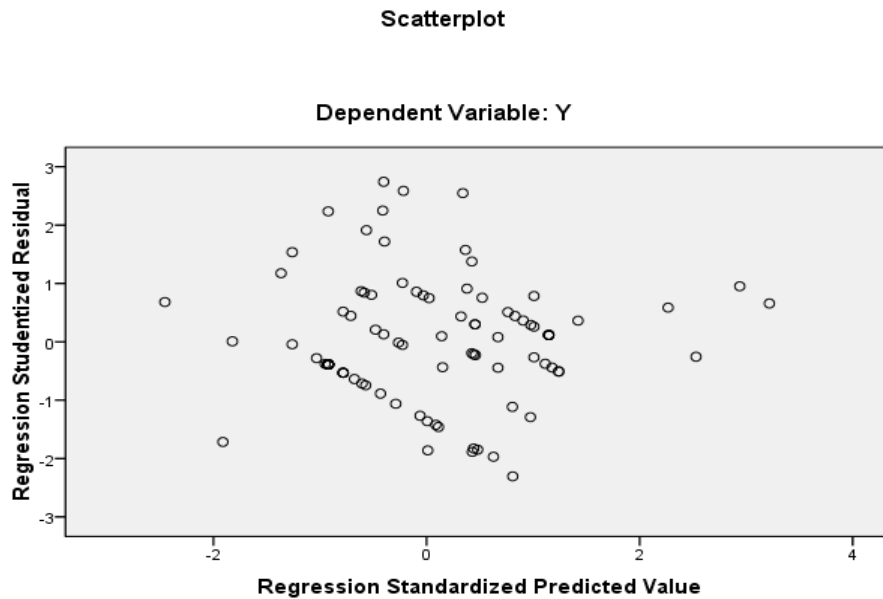
Untuk mendeteksi terjadinya multikolonieritas dilakukan dengan melihat apakah nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih besar dari 10, maka model terbebas dari multikolonieritas. Berdasarkan hasil uji multikolonieritas sebagaimana pada tabel 4.15 di atas dapat dilihat bahwa nilai untuk kualitas produk 1,519, harga 1,394, dan tempat/lokasi 1,688. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari multikolonieritas, karena nilai VIF untuk setiap variabel kurang dari 10.

c. Uji Heterokedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heterokedastisitas jika: (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola, (2) titik-titik data

penyebaran di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja.

Gambar 4.7
Scatterplot



Sumber : Data Primer, diolah oleh *SPSS.16.0*

Dari gambar 4.7 scatterplot di atas menunjukkan bahwa titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola. Hal ini dapat di simpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.

Untuk memperkuat tidak terjadinya heteroskedastisitas pada tabel *scatterplot*, maka perlu uji hipotesis yaitu menggunakan uji glejser. Uji glejser di lakukan dengan cara meregresikan antara variabel bebas dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Table 4.16
Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.666	.943		1.765	.081
X1	.100	.053	.230	1.874	.064
X2	-.049	.055	-.105	-.896	.372
X3	-.067	.050	-.172	-1.329	.187

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Primer, diolah oleh SPSS 16.0

Dari tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan variabel kualitas produk $0,064 > 0,05$, variabel harga $0,372 > 0,05$, dan variabel tempat/lokasi $0,187 > 0,05$. Hal ini dapat di simpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas karena nilai Sig variabel kualitas produk, harga dan tempat lebih dari 0,05.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.627	1.491		2.433	.017
	X1	.272	.084	.282	3.219	.002
	X2	.206	.087	.199	2.365	.020
	X3	.330	.079	.385	4.162	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda sebagaimana pada tabel 4.17 di peroleh persamaan sebagai berikut :

$$Y_1 = 3,627 + 0,272 X_1 + 0,206 X_2 + 0,330X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat di uraikan sebagai berikut :

- 1) Konstanta sebesar 3,627 menunjukkan bahwa jika ada nilai variabel kualitas produk, harga dan tempat dalam keadaan konstan (tetap) maka minat beli akan meningkat sebesar 3,627 satuan.
- 2) Ketika variabel X_1 (Kualitas Produk) mengalami satu peningkatan maka meningkatkan nilai minat beli sebesar 0,272. Tanda positif (+) pada angka 0.272 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk terhadap minat beli adalah berhubungan positif.

- 3) Ketika variabel X_2 (Harga) mengalami satu peningkatan maka meningkatkan nilai perilaku konsumtif sebesar 0,206. Tanda positif (+) pada angka 0,206 menunjukkan bahwa variabel harga terhadap minat beli adalah berhubungan positif.
- 4) Ketika variabel X_3 (tempat) mengalami satu peningkatan maka meningkatkan nilai perilaku konsumtif sebesar 0,330. Tanda positif (+) pada angka 0,330 menunjukkan bahwa variabel tempat terhadap minat beli adalah berhubungan positif.

4. Uji Hipotesis

a) Uji-t

Uji-t di gunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel independen benar-benar berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk meginterpretasikan koefisien variabel bebas dapat menggunakan *unstandardized coefficient* maupun *standardized coefficient* yaitu dengan melihat signifikansi masing-masing variabel. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap varaiabel terkait.

H1 = Tidak pengaruh yang signifikasi dari variabel bebas terhadap variabel terkait.

Tabel 4.18
Hasil Uji-t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients ⁰		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.627	1.491		2.433	.017
	X1	.272	.084	.282	3.219	.002
	X2	.206	.087	.199	2.365	.020
	X3	.330	.079	.385	4.162	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah, oleh *SPSS 16.0*

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.18 menunjukkan hasil uji t kualitas produk, harga dan tempat di peroleh signifikansi lebih kecil (<) dari 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, sementara nilai t_{tabel} sebesar 1,984 (dari perhitungan tingkat kepercayaan dibagi 2: jumlah responden di kurangi jumlah variabel bebas di kurangi 1= $0,05/2:n-k-1=0,05/2$).

1) Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap minat beli (Y)

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

Berdasarkan analisis regresi secara parsial di dapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,219 > 1,984$ dan maka H_0 di tolak dan terima H_1 . Dari hal tersebut dapat di simpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

2) Pengaruh harga (X_2) terhadap minat beli (Y)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat beli pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat beli pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

Berdasarkan analisis regresi secara parsial di dapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,365 > 1,984$ dan maka H_0 di tolak dan terima H_1 . Dari hal tersebut dapat di simpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat beli pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

3) Pengaruh tempat (X_3) terhadap minat beli (Y)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara tempat terhadap minat beli pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara tempat terhadap minat beli pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

Berdasarkan analisis regresi secara parsial di dapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,162 > 1,984$ dan maka H_0 di tolak dan terima H_1 . Dari hal tersebut dapat di simpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara tempat terhadap minat beli pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

Dari hasil uji t di atas, dapat di simpulkan bahwa seluruh variabel independen (kualitas produk, harga dan tempat) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat beli).

b) Uji-f

Uji F di gunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.19
Hasil Uji-f

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	376.720	3	125.573	33.851	.000 ^a
	Residual	356.120	96	3.710		
	Total	732.840	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 16.0

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama).

H1 = Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama).

Kriteria pengambilan :

H0 di terima, apabila f hitung $<$ F table pada taraf signifikan $\alpha = 5\%$.

H1 di terima, apabila f hitung $>$ F table pada taraf signifikan $\alpha = 5\%$.

Dari uji F di dapat nilai F hitung sebesar dan signifikan F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dengan menggunakan taraf signifikan atau $\alpha = 5\%$). Sementara nilai F tabel sebesar (dari perhitungan $df_1=k$ (k adalah jumlah variabel bebas) =3 (berarti kolom ke 3) dan $df_2=n-k=$ (berarti baris ke). Ini berarti bahwa F hitung sebesar yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,70.

Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat di ambil kesimpulan bahwa H0 di tolak. Karena F hitung lebih besar dari F tabel atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai α atau dengan kata lain ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel kualitas produk, harga dan tempat terhadap minat beli pada Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

5. Analisis Koefisien Determinasi R^2

Analisis ini di gunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen, dengan melihat nilai *Adjusted R Square* dari data table *Model Summary*.

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.514	.499	1.926

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer, diolah oleh SPSS 16.0

Berdasarkan table 4.20 di atas dapat di ketahui bahwa *R square* atau koefisien determinasi sebesar 0,514 dan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,499 atau 49,9%, artinya jumlah minat beli dapat di jelaskan oleh variabel kualitas produk, harga dan tempat sebesar 49,9%, sedangkan 50,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

C. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung

kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

beli konsumen di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan di Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,219 > 1,984$ dan $sig\ 0,01 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti berpengaruh terhadap kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

2. Pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung

Harga merupakan permainan strategik dalam pemasaran. Apabila harga yang ditetapkan perusahaan terlalu mahal maka produk atau jasa yang bersangkutan tidak akan terjangkau oleh pasaran atau customer valuenya akan rendah. Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan di Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,365 > 1,984$ dan $sig\ 0,01 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.

3. Pengaruh Tempat / Lokasi terhadap minat beli konsumen di Kedai Jajanan Sikunin Tulungagung

lokasi adalah suatu ruang dimana berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan. Dari hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa tempat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan di Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,162 > 1,984$ dan $sig\ 0,01 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, koefisien regresi diperoleh dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari α (5%). Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Kedai Jajanan Sikunin Seblak dan Asinan Tulungagung.