

BAB IV

HASIL TEMUAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Pasar Rakyat Ngunut

Pasar Rakyat Ngunut atau yang sering disebut dengan Pasar Ngunut terletak di Jl. Raya II Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Yang mana Pasar Rakyat Ngunut berada dibawah naungan Disperindag Kab. Tulungagung dan dikelola oleh Bapak Arif Rahartono sebagai Koordinator Pasar. Dengan jumlah pedagang sebanyak 500 yang berjualan di pasar wage, serta untuk pasar siangnya Pasar Rakyat Ngunut ini memiliki luas pasar 15.785 m² dengan jumlah Kios hanggar A sebanyak 120 yang terdiri dari 44 kios dengan ukuran 3 x 3 m², serta 76 los dengan ukuran 1 x 1,5 m². Dan untuk Kios hanggar B sebanyak 120 terbagi lagi menjadi 44 kios dengan ukuran 3 x 3 m², serta 76 los dengan ukuran 1 x 1,5 m². Serta Kios atom sebanyak 217, yang terbagi menjadi dua kios atom yaitu kios atom yang meghadap kejalan provinsi dengan ukuran bangunan sebesar 3 x 3 m² sebanyak 102 kios, sedangkan sisanya yang sejumlah 115 kios menghadap ke jalan stasiun dengan luas bangunan yang sama dengan kios atom yang menghadap ke jalan provinsi.⁶⁴ Hari dan waktu operasional pasar ngunut adalah buka setiap hari mulai pagi sampai dengan sore.

⁶⁴ Dokumentasi Pasar Rakyat Ngunut, pada hari 12 Juni 2021 pukul 10.30 WIB

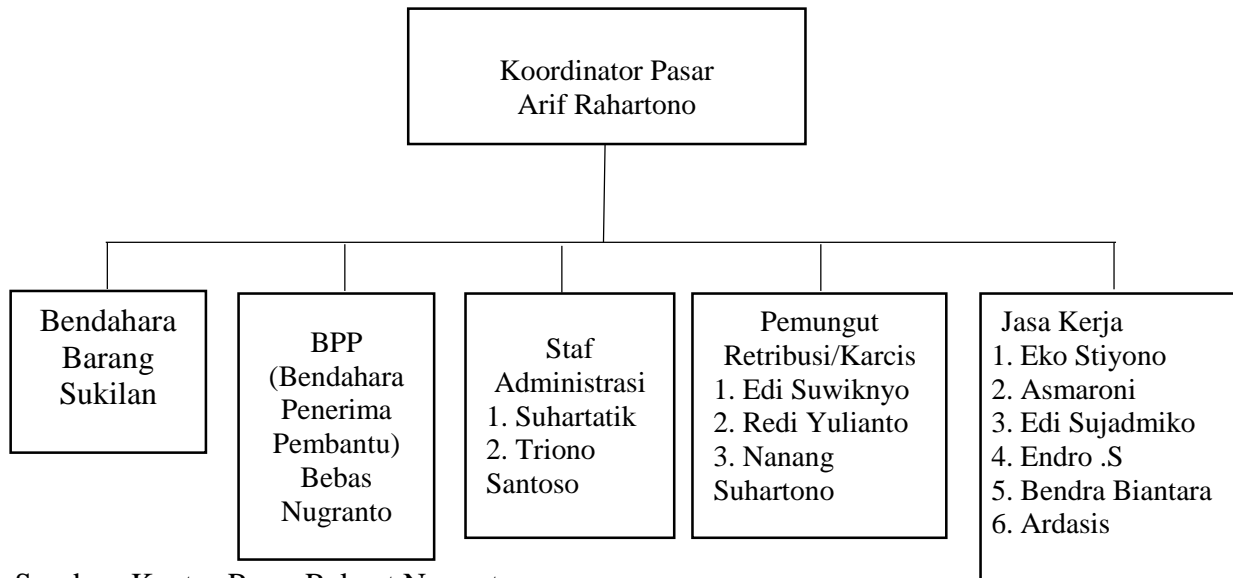
Sedangkan jenis barang yang dijual meliputi konveksi, sayuran, buah-biahab, bahan pokok, kosmetik dan masih banyak lagi. Untuk akses menuju pasar ngunut dapat dilalui oleh kendaraan roda empat, roda dua, hingga kendaraan roda delapan selain itu juga terdapat sarana transportasi umum, karena kondisi jalan menuju Pasar Ngunut dalam kondisi baik. Yang mana kontribusi bangunannya ada yang permanen dan semi permanen. Pasar Ngunut juga dilengkapi berbagai fasilitas seperti kantor pasar, mushola, toilet/wc, tempat parkir, dan sarana air bersih.⁶⁵

2. Struktur Kepeguruan

Kepengurusan Pasar Rakyat Ngunut dikelola oleh koordinator pasar yang mana bertugas untuk mengkoordinasikan para petugas-petugas yang ada di pasar. Yang mana koordinator dan petugas pasar merupakan staf dari Dinas Perindustrian Kabupaten Tulungagung dengan demikian dalam proses pengurusan dan pengelolaan pasar harus sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh Dinas Perindustrian Kabupaten Tulungagung. Berikut ini adalah struktur kepengurusan Pasar Rakyat Ngunut beserta *job descriptionnya*:

⁶⁵ <https://siskaperbapo.com/profilpasar/detail/29> diakses pada 15 Januari 2021 pukul 11.48 WIB

Bagan 4.1
Struktur Kepengurusan Pasar Rakyat Ngunut
Tahun 2021



Sumber: Kantor Pasar Rakyat Ngunut

Berikut *Job Description* dari masing-masing petugas kepengurusan di Pasar Ngunut:

a. Koordinator

Bertugas untuk mengordinir para petugas yang mengelola dan mengurus Pasar Rakyat Ngunut yang sesuai dengan aturan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung.

b. Bendahara Barang

Bertugas untuk melakukan pembukuan mengenai hasil penarikan retribusi yang selanjutnya akan dikirm sebagai kas daerah, serta menyalurkan tiket dari tulungagung ke para pemungut retribusi.

c. Bendahara Penerima Pembantu

Bertugas menerima serta menghitung kembali uang setoran dari pemungut retribusi yang kemudian akan diberikan kepada bendahara barang untuk dibukukan.

d. Staf Administrasi

Bertugas untuk melakukan kegiatan administrasi yang berhubungan dengan kantor.

e. Pemungut Retribusi/Karcis

Bertugas untuk melakukan penarikan karcis kepada para pedagang yang berjualan di Pasar Rakyat Ngunut.

f. Jasa Kerja

Bertugas untuk membersihkan pasar serta fasilitas-fasilitasnya sehingga pasar akan tetap bersih sehingga akan membuat para pedagang dan pengunjungnya akan merasa nyaman disana.⁶⁶

B. Deskripsi Data Responden

Dalam penelitian ini sampelnya berupa para konsumen yang membeli produk kosmetik wardah yang dijual oleh para pedagang yang berjualan di Pasar Rakyat Ngunut. Karakteristik dalam penelitian ini responden di bagi menjadi 3 bagian yaitu pekerjaan, usia, dan pendapatan para konsumen. Berikut ini adalah tabulasi mengenai karakteristik responden yang berjumlah 100 orang konsumen produk kosmetik wardah sebagai berikut:

⁶⁶ Dokumentasi Pasar Rakyat Ngunut, pada hari 12 Juni 2021 pukul 10.30 WIB

1. Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai mayoritas jenis pekerjaan para konsumen Pasar Rakyat Ngunut sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentase (100%)
1	Pelajar/Mahasiswa	34	34
2	Ibu Rumah Tangga (IRT)	28	28
3	Wiraswasta	19	19
4	Lain-lain	19	19
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer diolah, tahun 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas jenis pekerjaan para konsumen produk wardah adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 34 orang atau sebesar 34%, serta ibu rumah tangga sebanyak 28 orang atau sebesar 28%, kemudian yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 19 orang atau sebesar 19%, serta lain-lain sebanyak 19 orang juga atau sebesar 19%. Sehingga dengan demikian dapat di tarik kesimpulan bahwa mayoritas responden konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Rakyat Ngunut adalah para pelajar/mahasiswa.

2. Berdasarkan Umur

Data mengenai mayoritas umur para konsumen Pasar Rakyat Ngunut sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi (Orang)	Presentase (100%)
1	16-25	46	46
2	26-35	25	25
3	36-45	15	15
4	>45	14	14
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer diolah, tahun 2021

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas usia para konsumen produk wardah adalah 16-25 tahun yaitu sebanyak 46 orang atau sebesar 46%, serta usia 26-35 sebanyak 25 orang atau sebesar 25%, kemudian yang usia 36-45 sebanyak 15 orang atau sebesar 15%, serta yang berusia >45 sebanyak 14 orang juga atau sebesar 14%. Sehingga dengan demikian dapat di tarik kesimpulan bahwa mayoritas responden konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Rakyat Ngunut adalah yang berusia 16-25 tahun.

3. Berdasarkan Pendapatan

Data mengenai mayoritas umur para konsumen Pasar Rakyat Ngunut sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Presentase (100%)
1	Rp 500.000- Rp 1.000.000	37	37
2	Rp 1.100.000- Rp 1.900.000	19	19
3	Rp 2.000.000 -Rp 2.500.000	21	21
4	>Rp 2.600.000	23	23
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer diolah, tahun 2021

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas pendapatan para konsumen produk wardah adalah Rp 500.000- Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 37 orang atau sebesar 37%, serta pendapatan sebesar Rp 1.100.000- Rp 1.900.000 sebanyak 19 orang atau sebesar 19%, kemudian yang berpendapatan Rp 2.000.000 -Rp 2.500.000 sebanyak 21 orang atau sebesar 21%, serta yang berpendapatan >Rp 2.600.000 sebanyak 23 orang juga atau sebesar 23%. Sehingga dengan demikian dapat di tarik kesimpulan bahwa mayoritas responden konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Rakyat Ngunut adalah yang jumlah pendapatannya sebesar Rp 500.000- Rp 1.000.000.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari indikator tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan potongan harga sebagai variabel bebas (X) dan indikator minat beli sebagai variabel terikat (Y). Data dari variabel-variabel diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada para konsumen produk kosmetik wardah di Pasar Rakyat Ngunut sebagai responden kuesioner yang telah disebarkan responden yang terdiri dari 12 item pertanyaan pada variabel X yang mana setiap variabel terdiri dari 3 butir pertanyaan dan 3 item pertanyaan pada variabel Y dan juga terdiri dari 3 butir pertanyaan yang diukur menggunakan skala likert. Hasil dari kuesioner yang diperoleh diketahui dari tanggapan responden sebagai berikut:

1. Variabel Tingkat Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, dan Potongan Harga

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Tingkat
Pendapatan, Harga, Kualitas Produk, dan Potongan Harga (X)

No Item	Pertanyaan Variabel	Tanggapan Responden										Total %	
		5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1	X1.1	Saya merasa puas dengan jumlah pendapatan atau uang saku yang saya peroleh.	19	19	31	31	43	43	7	7	0	0	100
	X1.2	Jumlah pendapatan atau uang saku yang saya miliki sudah sesuai dengan kebutuhan saya.	14	14	39	39	39	39	8	8	0	0	100
	X1.3	Jumlah pendapatan atau uang saku dapat di gunakan untuk membeli semua keinginan saya.	6	6	31	31	38	38	25	25	0	0	100
	X2.1	Saya membeli produk kosmetik wardah karena harganya terjangkau.	6	6	50	50	30	30	13	13	1	1	100
	X2.2	Saya membeli produk kosmetik wardah karena harganya lebih murah di bandingkan dengan harga merk kosmetik lain.	3	3	28	28	42	42	27	27	0	0	100
	X2.3	Saya membeli produk kosmetik wardah karena harganya sesuai dengan manfaatnya.	12	12	50	50	35	35	3	3	0	0	100
X3	X3.1	Saya membeli produk wardah karena terdapat banyak manfaat yang tidak dimiliki oleh produk lain.	16	16	49	49	34	34	1	1	0	0	100
	X3.2	Saya membeli produk kosmetik wardah karena kualitasnya sesuai dengan yang dijanjikan.	16	16	57	57	25	25	2	2	0	0	100
	X3.3	Saya menggunakan produk kosmetik wardah karena tahan lama dan tidak mudah luntur.	14	14	51	51	30	30	4	4	1	1	100

X4	X4.1	Saya selalu tertarik membeli produk kosmetik wardah yang ada pemberian potongan harganya.	12	12	39	39	31	31	18	18	0	0	100
	X4.2	Saya selalu membeli produk kosmetik wardah setiap kali ada potongan harga.	12	12	25	25	35	35	27	27	1	1	100
	X4.3	Saya merasa puas dapat membeli produk kosmetik wardah pada saat ada potongan harga.	12	12	34	34	33	33	21	21	0	0	100

Sumber: Data Primer Diolah, tahun 2021

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X1.1) yaitu merasa puas dengan jumlah pendapatan atau uang saku yang saya peroleh dari 100 responden terdapat 19 responden atau 19% menyatakan sangat setuju, 31 responden atau 31% menyatakan setuju, 43 responden atau 43% menyatakan netral, 7 responden atau 7% menyatakan tidak setuju, dan 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X1.2) yaitu jumlah pendapatan atau uang saku yang saya miliki sudah sesuai dengan kebutuhan dari 100 responden terdapat 14 responden atau 14% menyatakan sangat setuju, 39 responden atau 39% menyatakan setuju, 39 responden atau 39% menyatakan netral, 8 responden atau 8% menyatakan tidak setuju, dan 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X1.3) yaitu jumlah pendapatan atau uang saku dapat digunakan untuk membeli semua keinginan dari 100 responden terdapat 6 responden atau 6% menyatakan sangat setuju, 31 responden atau 31% menyatakan setuju, 38 responden atau 38% menyatakan netral, 25 responden atau 25% menyatakan tidak setuju, dan 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X2.1) membeli produk kosmetik wardah karena harganya terjangkau dari 100 responden terdapat 6 responden atau 6% menyatakan sangat setuju, 50 responden atau 50% menyatakan setuju, 30 responden atau 30% menyatakan netral, 13 responden atau 13% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X2.2) membeli produk kosmetik wardah karena harganya lebih murah di bandingkan dengan harga merk kosmetik lain dari 100 responden terdapat 3 responden atau 3% menyatakan sangat setuju, 28 responden atau 28% menyatakan setuju, 42 responden atau 42% menyatakan netral, 27 responden atau 27% menyatakan tidak setuju, dan 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X2.3) membeli produk kosmetik wardah karena harganya

sesuai dengan manfaatnya dari 100 responden terdapat 12 responden atau 12% menyatakan sangat setuju, 50 responden atau 50% menyatakan setuju, 35 responden atau 35% menyatakan netral, 3 responden atau 3% menyatakan tidak setuju, dan 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X3.1) membeli produk wardah karena terdapat banyak manfaat yang tidak dimiliki oleh produk lain dari 100 responden terdapat 16 responden atau 16% menyatakan sangat setuju, 49 responden atau 49% menyatakan setuju, 34 responden atau 34% menyatakan netral, 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju, dan 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X3.2) membeli produk kosmetik wardah karena kualitasnya sesuai dengan yang dijanjikan dari 100 responden terdapat 16 responden atau 16% menyatakan sangat setuju, 57 responden atau 57% menyatakan setuju, 25 responden atau 25% menyatakan netral, 2 responden atau 2% menyatakan tidak setuju, dan 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X3.3) menggunakan produk kosmetik wardah karena tahan lama dan tidak mudah luntur dari 100 responden terdapat 14 responden

atau 14% menyatakan sangat setuju, 51 responden atau 51% menyatakan setuju, 30 responden atau 30% menyatakan netral, 4 responden atau 4% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X4.1) selalu tertarik membeli produk kosmetik wardah yang ada pemberian potongan harganya dari 100 responden terdapat 12 responden atau 12% menyatakan sangat setuju, 39 responden atau 39% menyatakan setuju, 31 responden atau 31% menyatakan netral, 18 responden atau 18% menyatakan tidak setuju, dan 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X4.2) selalu membeli produk kosmetik wardah setiap kali ada potongan harga dari 100 responden terdapat 12 responden atau 12% menyatakan sangat setuju, 25 responden atau 25% menyatakan setuju, 35 responden atau 35% menyatakan netral, 27 responden atau 27% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa untuk item X (X4.3) merasa puas dapat membeli produk kosmetik wardah pada saat ada potongan harga dari 100 responden terdapat 12 responden atau 12% menyatakan sangat setuju, 34 responden atau 34% menyatakan

setuju, 33 responden atau 33% menyatakan netral, 21 responden atau 21% menyatakan tidak setuju, dan 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju.

2. Variabel Minat beli

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Minat Beli (Y)

No Item	Pertanyaan Variabel	Tanggapan Responden										Total %	
		5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y	Y1	Saya mencari informasi tentang kosmetik wardah sebelum membelinya.	20	20	30	30	29	29	20	20	1	1	100
	Y2	Saya akan langsung membeli produk kosmetik wardah tanpa melihat merk dari produk lain.	8	8	40	40	41	41	8	8	3	3	100
	Y3	Saya akan menyarankan orang lain agar membeli produk kosmetik wardah.	13	13	33	33	43	43	11	11	0	0	100

Sumber: Data Primer Diolah, tahun 2021

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa untuk item Y (Y1) mencari informasi tentang kosmetik wardah sebelum membelinya dari 100 responden terdapat 20 responden atau 20% menyatakan sangat setuju, 30 responden atau 30% menyatakan setuju, 29 responden atau 29% menyatakan netral, 20 responden atau 20% menyatakan tidak setuju, dan 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa untuk item Y (Y2) akan langsung membeli produk kosmetik wardah tanpa melihat merk dari produk lain dari 100 responden terdapat 8 responden atau 8% menyatakan sangat setuju, 40 responden atau 40% menyatakan setuju, 41 responden atau 41% menyatakan netral, 8 responden atau 8% menyatakan tidak setuju, dan 3 responden atau 3% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan data yang diolah dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa untuk item Y (Y3) akan menyarankan orang lain agar membeli produk kosmetik wardah dari 100 responden terdapat 13 responden atau 13% menyatakan sangat setuju, 33 responden atau 33% menyatakan setuju, 43 responden atau 43% menyatakan netral, 11 responden atau 11% menyatakan tidak setuju, dan 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju.

D. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket yang digunakan peneliti yang datanya diperoleh dari para responden atau sampel penelitian. Uji validitas *product momen pearson correlation* menggunakan prinsip mengkorelasikan atau menghubungkan antara masing masing skor item atau butir soal dengan skor total yang diperoleh

dari jawaban setiap responden. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa setiap butir pertanyaan yang ada pada kuesioner valid dan tidak valid dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka item soal tersebut dinyatakan valid, begitupun sebaliknya jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka item soal tersebut dinyatakan tidak valid dengan tingkat r tabel atau probabilitas sebesar 0,05, dan menggunakan df dengan rumus $df = n-2$ dimana n = jumlah sampel. Jadi df yang digunakan adalah $100-2= 98$. Hasil dari pengujian validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pendapatan (X1)

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,86	0,1966	Valid
X1.2	0,906	0,1966	Valid
X1.3	0,884	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16,0*, tahun 2021

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.6, diketahui bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel tingkat pendapatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,828	0,1966	Valid
X2.2	0,856	0,1966	Valid
X2.3	0,738	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16,0*, tahun 2021

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.7, diketahui bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X3)

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,846	0,1966	Valid
X3.2	0,872	0,1966	Valid
X3.3	0,836	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16,0*, tahun 2021

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.8, diketahui bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Pemberian Potongan Harga (X4)

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X4.1	0,903	0,1966	Valid
X4.2	0,922	0,1966	Valid
X4.3	0,896	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16,0*, tahun 2021

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.9, diketahui bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel pemberian potongan harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)

No Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,743	0,1966	Valid
Y2	0,725	0,1966	Valid
Y3	0,862	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16,0*, tahun 2021

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.10, diketahui bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel minat beli yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Sedangkan cara yang digunakan untuk menguji kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*. Dengan menggunakan taraf signifikansi 60% atau 0,6. Hasil dari pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>crombach alpha</i>	Keterangan
Tingkat Pendapatan (X1)	0,859	Reliabel
Harga (X2)	0,735	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,807	Reliabel
Pemberian Potongan Harga (X4)	0,892	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,657	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16,0*, tahun 2021

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *crombach*

$\alpha > 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidak distribusi normal pada data sampel penelitian. Untuk pengambilan keputusan menggunakan metode *One – Sampel Kolmogrov Smirnov* dilihat dari nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2 - tailed*). Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Sig > 0,05*. Berikut hasil uji normalitas data menggunakan *One – Sampel Kolmogrov - Smirnov Test* :

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94462058
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.053
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.644
Asymp. Sig. (2-tailed)		.802
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16,0*, tahun 2021

Berdasarkan hasil pengelolaan data menggunakan *One – Sampel Kolmogorov - Smirnov Test* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2- tailed)* sebesar 0,802, berarti nilai *Sig 0,802 > 0,05*. Maka dari

hasil analisis diketahui telah memenuhi uji persyaratan normalitas, karena data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidak hubungan antara variabel *independen*. Pengambilan keputusan uji multikolinieritas adalah jika nilai *tolerance* > 0,1 atau nilai *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Sedang nilai *tolerance* < 0,1 atau nilai *VIF* > 10 maka terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan *software SPSS 16.0* sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.230	1.711		2.472	.015		
Tingkat Pendapatan	.136	.098	.144	1.380	.171	.792	1.262
Harga	-.087	.135	-.077	-.644	.521	.597	1.676
Kualitas Produk	.179	.136	.155	1.316	.191	.617	1.621
Pemberian Potongan Harga	.358	.087	.434	4.119	.000	.772	1.295

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16,0*, tahun 2021

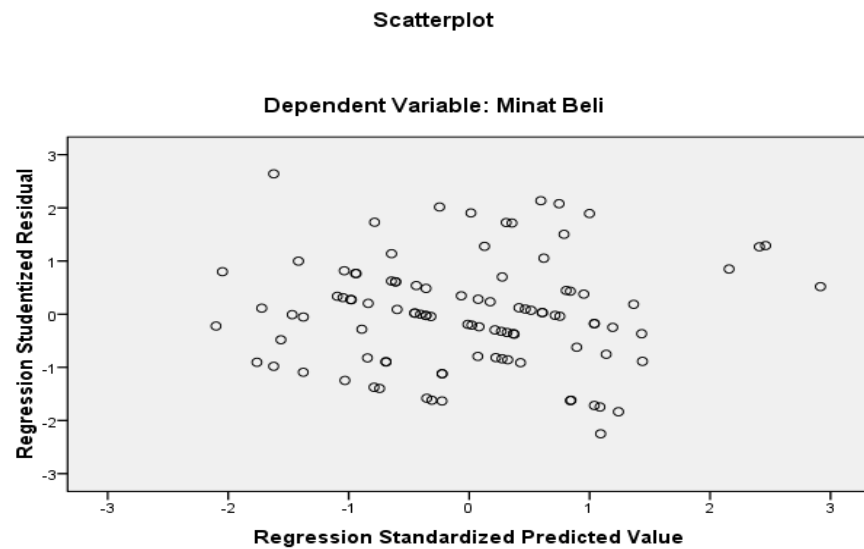
Berdasarkan hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa pada variabel tingkat pendapatan (X1) diperoleh dari nilai *tolerance*

sebesar 0,792 dan *VIF* sebesar 1,0262, harga (*X*₂) diperoleh dari nilai *tolerance* sebesar 0,597 dan *VIF* sebesar 1,676, kualitas produk (*X*₃) diperoleh dari nilai *tolerance* sebesar 0,617 dan *VIF* sebesar 1,621, dan pemberian potongan harga (*X*₄) diperoleh dari nilai *tolerance* sebesar 0,772 dan *VIF* sebesar 1,295. Dapat disimpulkan bahwa pada uji multikolinieritas tidak terjadi gejala multikolinieritas berarti telah memenuhi prasyarat, karena seluruh variabel *independen* nilai *tolerance* > 0,1 dan *VIF* < 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai dari residual satu penelitian dengan penelitian lainnya. Jika pada scatterplot terdapat titik – titik menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu *Y* dan tidak membentuk suatu pola yang jelas, maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas yang diolah dengan menggunakan *SPSS 16.0* sebagai berikut :

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16,0*, tahun 2021

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada grafik *scatterplot* pada gambar 4.1 menunjukkan bahwa keberadaan titik – titik yang menyebar dan tidak teratur, titik – titik berada dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, selain itu tidak membentuk suatu pola yang jelas. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi dan telah memenuhi persyaratan.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh variabel – variabel *independen* tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga terhadap variabel *dependen* minat beli. Hasil uji regresi linier berganda yang diolah menggunakan *SPSS 16.0* sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.230	1.711		2.472	.015		
Tingkat Pendapatan	.136	.098	.144	1.380	.171	.792	1.262
Harga	-.087	.135	-.077	-.644	.521	.597	1.676
Kualitas Produk	.179	.136	.155	1.316	.191	.617	1.621
Pemberian Potongan Harga	.358	.087	.434	4.119	.000	.772	1.295

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16,0, tahun 2021

Berdasarkan uji regresi linier berganda pada tabel 4.14 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

$$Y = 4,230 + 0,136 X_1 + (-0,87 X_2) + 0,179X_3 + 0,358X_4 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Konstanta (α) 4,230

Nilai konstanta pada tabel *coefficient* sebesar 4,230 menunjukkan bahwa ketika variabel tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga dalam keadaan konstan, maka pendapatan akan meningkat sebesar 4,230.

b. Koefisien regresi variabel tingkat pendapatan 0,136

Ketika variabel tingkat pendapatan mengalami peningkatan maka minat beli akan meningkat sebesar 0,136. Tanda positif (+) pada koefisien regresi 0,136 menunjukkan bahwa variabel tingkat pendapatan terhadap minat beli memiliki hubungan positif.

c. Koefisien regresi variabel harga -0,087

Ketika variabel harga mengalami penurunan maka minat beli akan menurun sebesar -0,087. Tanda negatif (-) pada koefisien regresi -0,087 menunjukkan bahwa variabel harga terhadap minat beli memiliki hubungan negatif.

d. Koefisien regresi variabel kualitas produk 0,179

Ketika variabel kualitas produk mengalami peningkatan maka minat beli akan meningkat sebesar 0,179. Tanda positif (+) pada koefisien regresi 0,179 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk terhadap minat beli memiliki hubungan positif.

e. Koefisien regresi variabel pemberian potongan harga 0,358

Ketika variabel pemberian potongan harga mengalami peningkatan maka minat beli akan meningkat sebesar 0,358. Tanda positif (+) pada koefisien regresi 0,358 menunjukkan bahwa variabel pemberian potongan harga terhadap minat beli memiliki hubungan positif.

5. Uji Hipotesis

a. Uji-t

Uji t (parsial) digunakan untuk mengetahui hubungan secara parsial antara variabel *independen* yaitu tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga terhadap variabel *dependen* minat beli. Pengambilan keputusan uji t adalah jika nilai $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima begitu pula sebaliknya jika nilai $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima, berarti H_a ditolak. Selain itu membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima, dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, berarti H_a ditolak.

Nilai t_{tabel} diperoleh dari t tabel dengan taraf signifikan (α) sebesar 5% menggunakan rumus $t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n - k - 1)$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel *independen*. Diperoleh $t_{tabel} = (0,05/2 : 100 - 2 - 1 = 0,025 : 97)$, maka t_{tabel} dari $(0,025 : 97)$ yaitu 0,00025. Hasil uji t menggunakan SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji-t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.230	1.711		2.472	.015		
Tingkat Pendapatan	.136	.098	.144	1.380	.171	.792	1.262
Harga	-.087	.135	-.077	-.644	.521	.597	1.676
Kualitas Produk	.179	.136	.155	1.316	.191	.617	1.621
Pemberian Potongan Harga	.358	.087	.434	4.119	.000	.772	1.295

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 16,0, tahun 2021

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel 4.15 untuk menguji hipotesis penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Pengaruh tingkat pendapatan terhadap minat beli

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara tingkat pendapatan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara tingkat pendapatan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} tingkat pendapatan (X_1) sebesar $1,380 > 0,00025$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai Sig. $0,171 < 0,05$ (Sig $< 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pada koefisien regresi nilai beta variabel tingkat pendapatan bernilai positif. Berarti variabel tingkat pendapatan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

2) Pengaruh harga terhadap minat beli

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara harga terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara harga terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} harga (X2) sebesar $-0,644 < 0,00025$ ($t_{hitung} < t_{tabel}$) dan nilai Sig. $0,521 > 0,05$ (Sig $> 0,05$), sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Pada koefisien regresi nilai beta variabel harga bernilai negatif. Berarti variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

3) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} kualitas produk (X3) sebesar $1,316 > 0,00025$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai Sig. $0,191 < 0,05$ (Sig $< 0,05$), sehingga H_0 ditolak

dan H_1 diterima. Pada koefisien regresi nilai beta variabel kualitas produk bernilai positif. Berarti variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

4) Pengaruh pemberian potongan harga terhadap minat beli

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara pemberian potongan harga terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

H_1 = Ada pengaruh signifikan antara pemberian potongan harga terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} pemberian potongan harga (X_4) sebesar $4,119 > 0,00025$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ (Sig $< 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pada koefisien regresi nilai beta variabel pemberian potongan harga bernilai positif. Berarti variabel pemberian potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

b. Uji F

Uji F (simultan) digunakan untuk mengetahui hubungan secara simultan variabel *independen* tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga terhadap variabel

dependen minat beli. Kriteria pengambilan keputusan pada uji F adalah :

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, berarti H_a ditolak.

Selain itu uji F dapat diketahui dengan melihat taraf signifikan 5% yaitu :

- 1) Jika nilai Sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima.
- 2) Jika nilai Sig $> 0,05$ maka H_0 diterima, berarti H_a ditolak.

Nilai F_{tabel} dicari pada tabel F tabel dengan patokan taraf signifikan 5% dan derajat bebas $df_1 = k - 1$; $df_2 = n - k$. diperoleh $df_1 = 2$ ($df_1 = 3 - 1$) dan $df_2 = 97$ ($df_2 = 100 - 3$). Maka $F_{tabel} (2 : 97)$ yaitu 3,09. Dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah variabel *independen* dan *dependen*. Berikut hasil uji F menggunakan *SPSS 16.0* sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.187	4	21.297	5.404	.001 ^a
	Residual	374.373	95	3.941		
	Total	459.560	99			

a. Predictors: (Constant), Pemberian Potongan Harga, Kualitas Produk, Tingkat Pendapatan, Harga

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16,0*, tahun 2021

Perumusan Hipotesis :

H_0 = Variabel tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

H_1 = Variabel tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

Berdasarkan hasil uji F diperbolehkan signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 H_0 ditolak berarti H_1 diterima, karena nilai Sig < 0,05. Nilai F_{hitung} sebesar 5,404 > 3,09 maka H_0 ditolak berarti H_1 diterima, karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis teruji yaitu secara simultan variabel tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel *independen* dalam mempengaruhi variabel *dependen*. R^2 semakin kuat jika mendekati 1, sedangkan R^2 semakin lemah jika mendekati 0. Hasil koefisien determinasi antara tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan

pemberian potongan harga terhadap minat offline produk kosmetik wardah di Pasar Ngunut. Yang diolah menggunakan *SPSS 16.0* sebagai berikut :

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.431 ^a	.185	.151	1.985

a. Predictors: (Constant), Pemberian Potongan Harga, Kualitas Produk, Tingkat Pendapatan, Harga

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data primer diolah dengan *SPSS 16,0*, tahun 2021

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui pada model *summary* besarnya nilai korelasi R sebesar 0,431 dan koefisien determinasi diperoleh R^2 sebesar 0,185 Artinya secara serentak variabel tingkat pendapatan, harga, kualitas produk, dan pemberian potongan harga mempengaruhi minat beli sebesar 18,5 % dan sisanya sebesar 81,5% dipengaruhi oleh variabel lain.