

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Kondisi Pasar Kliwon Tulungagung

Pasar Kliwon Tulungagung merupakan salah satu pasar tradisional yang tergolong cukup besar, yang terletak di Jalan KH Hasyim Asy'ari, kec. Kauman, kab. Tulungagung. Pasar Kliwon memiliki luas lahan kurang lebih 7.300 M² dan luas bangunannya yaitu 4.895,90 M². Memiliki letak yang strategis, pasar ini dapat dijangkau kurang lebih 5,7 km dari pusat kota. Pasar Kliwon Tulungagung berdiri sejak tahun 1975 dan telah direvitalisasi pada tahun 2016. Revitalisasi pasar ini merupakan salah satu bentuk komitmen Kementerian Perdagangan RI untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional, meningkatkan kesejahteraan para pedagang melalui peningkatan omzet dan mendukung kelancaraan logistik bahan kebutuhan masyarakat serta mendorong terjadinya penguatan pasar.

Jam operasional dari pasar Kliwon Tulungagung yaitu mulai pukul 04.00-14.00 WIB. Di pasar Kliwon Tulungagung terdapat total keseluruhan 447 pedagang yang menjual berbagai macam produk di antaranya sayur-sayuran, sembako, buah, pakaian, alat-alat rumah, emas, dan lain sebagainya.

Gambar 4.1

Kondisi Pasar Kliwon Tulungagung



2. Visi dan Misi Pasar Kliwon Tulungagung⁷⁶

a. Visi Pasar Kliwon Tulungagung

Terwujudnya pasar tradisional yang bersih, sehat, aman, nyaman dan sejahtera.

b. Misi Pasar Kliwon Tulungagung

- 1) Meningkatkan dukungan dan kualitas kelembagaan serta memantapkan pelaksanaan koordinasi atas penyelenggaraan pemerintah daerah dalam bimbingan pengelolaan pasar melalui upaya penghimpunan dana dari pungutan redistribusi pasar guna mendukung PAD (Pendapatan Asli Daerah).
- 2) Mengupayakan terwujudnya basis data pasar yang simpel, akurat, realis, dan terpercaya dengan mengoptimalkan pelayanan secara primer kepada semua pengguna pasar menuju pasar yang bersih, sehat dan nyaman.

⁷⁶ Dokumentasi Kantor Pasar Kliwon Tulungagung

3. Struktur Kepengurusan⁷⁶

Pasar Kliwon Tulungagung merupakan salah satu aset milik pemerintah Kabupaten Tulungagung. Pengelolaan dan wewenang pasar Kliwon Tulungagung adalah Unit Pelaksana Teknisi (UPT) Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDANG) Kecamatan Kauman.

Tabel 4.1

Daftar Karyawan / Karyawati

UPT DISPERINDANG Kecamatan Kauman

No	Nama	Pangkat	Ket
01	Mubiono	Pengatur TK. 1	Koordinator
02	Suprapmi , SE.	Penata Muda	PBPP
03	Mei Sulistiono , S.Sos	Penata Muda	Staf
04	Erik Bayu Irawan	Pengatur TK. 1	Staf
05	Cicik Malinda	Pengatur	Staf
06	Waskito	Pengatur Muda TK. 1	Staf
07	Teguh	Juru TK. 1	Staf
08	Nurhadi	Juru	Staf
09	Slamet Riyanto	Pengatur TK.1	Staf

4. Letak Geografis Pasar Kliwon Tulungagung

Pasar Kliwon Tulungagung merupakan salah satu pasar yang terletak di Jalan KH.Hasyim Asyari, Desa Kauman,Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung, Provinsi Jawa Timur 66261. Selain

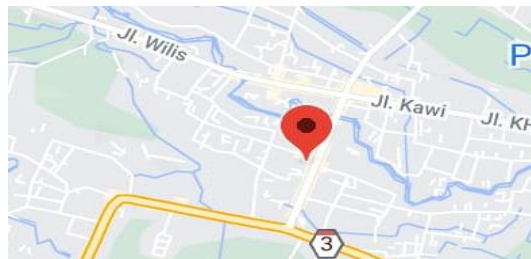
⁷⁶ Dokumentasi Kantor Pasar Kliwon Tulungagung

itu Pasar Kliwon Tulungagung tidak jauh dengan Kantor Desa Kauman yang hanya berjarak beberapa kilometer.

Luas wilayah Desa Kauman yaitu 158 Ha. Dengan batas wilayah meliputi:⁷⁷Sebelah utara Desa Sidorejo, sebelah timur Desa Balerejo dan Desa Panggungrejo, sebelah selatan Desa Ngrendeng, sebelah barat Desa Bolorejo. Desa Kauman memiliki empat Dusun, yaitu Dusun Kauman, Dusun Jetakan, Dusun Tewang, dan Dusun Kalitumpang.⁷⁸ Pasar Kliwon Tulungagung lebih tepatnya berada di sebelah selatan Taman Ketandan, sebelah timur Jalan Raya KH.Hasyim Asyari, sebelah selatan Masjid Kauman, dan sebelah barat berbatasan langsung dengan Desa Bolorejo. Status kepemilikan lahan atau tanah pasar milik pemerintah Kabupaten Tulungagung dengan nomor sertifikat: 12.24.13.12.4.00009, dengan luas 7.300 m². Melihat kondisi letak Pasar Kliwon Tulungagung tersebut dapat disimpulkan bahwa Pasar Kliwon Tulungagung memiliki kondisi yang mudah untuk dijangkau karena berada di pemukiman yang padat penduduk.

Gambar 4.2

Lokasi Pasar Kliwon Tulungagung



⁷⁷ Lihat Monografi Desa Kauman (Tulungagung)

⁷⁸ Profil Desa Kauman (Tulungagung)

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh kualitas harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar Kliwon Tulungagung. Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini kemudian dikelompokkan menurut jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan atau pendapatan dan intensitas belanja perminggu. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di pasar Kliwon Tulungagung sebanyak 100 responden yang penulis temui pada saat penelitian berlangsung. maka akan disajikan tabel mengenai data responden seperti yang dijelaskan berikut ini.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
Perempuan	72	72.0
Laki-laki	28	28.0
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS 22.0

Kelompok jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dikelompokkan dalam 2 kelompok yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden, sebagian besar konsumen yang berbelanja di Pasar Kliwon Tulungagung berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 72 (72.0%) orang dan sisanya berjenis kelamin laki-laki yakni sebanyak 28 (28.0%) orang. Responden perempuan lebih banyak dari laki-laki, hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan dalam hal berbelanja.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Umur

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur (Tahun)	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
17-22	13	13.0
23-28	17	17.0
29-34	26	26.0
35-40	26	26.0
>40	18	18.00
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 responden mayoritas konsumen yang berbelanja di Pasar Kliwon Tulungagung berada pada kategori usia 29-34 tahun dan 35-40 tahun yakni

sebanyak 26 (26.0%) orang, sedangkan yang paling sedikit adalah kategori usia 17-22 tahun yakni sebanyak 13 (13.0%) orang. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa konsumen yang berbelanja di Pasar Kliwon Tulungagung didominasi oleh orang dewasa

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
SD	-	-
SMP	20	20.0
SMA	65	65.0
S1	15	15.0
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.4 mengenai hasil distribusi frekuensi responden menurut jenis pendidikan terakhir diketahui bahwa dari 100 responden menunjukkan jumlah responden yang terbanyak adalah kelompok responden yang berpendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 65 (65.0%) orang, lalu diikuti dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 20 (20.0%) orang, serta yang terakhir adalah tingkat pendidikan S1 sebanyak 15 (15.0) orang. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang berbelanja di Pasar Kliwon

Tulungagung sebagian besar memiliki pendidikan menengah ke atas (SMA).

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pendidikan	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
Pegawai Negeri	5	5.0
Wiraswasta	43	43.0
IRT	30	30.0
Mahasiswa (i)	6	6.0
Profesional	7	7.0
Pegawai Swasta	9	9.0
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, mayoritas responden yang berbelanja di Pasar Kliwon Tulungagung sebagian besar berprofesi wiraswasta yakni sebanyak 43 (43.0%) responden, 30 (30.0%) responden berstatus ibu rumah tangga, 9 (9.0%) responden berprofesi sebagai pegawai swasta, 7 (7.0%) responden berstatus profesional, 6 (6.0%) responden berstatus mahasiswa dan 5 (5.0%) responden berstatus pegawai negeri. Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan yang digeluti oleh

konsumen yang berbelanja di Pasara Kliwon Tulungagung didominasi oleh wiraswasta.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Penghasilan	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
<Rp. 1.000.000	17	17.0
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000	49	49.0
Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000	24	24.0
Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000	10	10.0
Rp. 5.000.000	-	-
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, sebagian besar responden berpenghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000 sebanyak 49 (49.0%) responden, responden dengan tingkat penghasilan perbulan Rp. 2.500.000 – Rp. 3.500.000 sebanyak 24 (24.0%) responden, responden dengan tingkat penghasilan perbulan Rp. 3.500.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 10 (10.0%) responden, sedangkan responden dengan tingkat

penghasilan < Rp. 1.000.000 sebanyak 17 (17.0) responden. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa yang berbelanja di Pasar Kliwon Tulungagung rata-rata berpenghasilan di kisaran < Rp. 1.00.000 hingga Rp. 5.000.000.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Belanja

Tabel 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Belanja

Intensitas Belanja	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
1 kali	12	12.0
2-3 kali	34	34.0
3-4 kali	27	27.0
4-5 kali	13	13.0
>5 kali	14	14.0
Jumlah	100	100.0

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, mayoritas responden yang berbelanja di Pasar Kliwon Tulungagung sebanyak 2-3 kali dalam seminggu dengan jumlah responden 34 (34.0%) orang dan diikuti dengan intensitas belanja responden 3-4 kali dalam seminggu sebanyak 27 (27.0%) orang. Hal ini membuktikan bahwa konsumen yang memutuskan untuk berbelanja di Pasar Kliwon Tulungagung cukup tinggi.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat kuisioner yang ditetapkan telah valid atau tidak.⁷⁹ Menurut Sugiyono (2006) uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (content) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketetapan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian.⁸⁰

Dengan tingkat signifikan sebesar 95% atau $\alpha = 5\%$, maka kriteria pengujiannya:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Nilai r_{hitung} merupakan nilai dari *correcter item-total correlation*.

Nilai r_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikan 0,05.

Adapun penentuan nilai r_{tabel} sebagai berikut:

$$\begin{aligned} r_{tabel} &= n-2 \\ &= 100-2 \\ &= 98 \\ &= 0,196 \end{aligned}$$

Untuk lebih jelasnya, uji validitas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 22.0 for Windows dengan hasil sebagai berikut:

⁷⁹ Darmadi Duriyanto, dkk., *Model Matriks Konsumen untuk Menciptakan Superior Customer Value*, (Jakarta: Gramedia, 2004), hal. 42

⁸⁰ I Putu Ade Payadnya dan I Made Dharma Atmaja, *Impemntasi Strategi Pembelajaran: What-If*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 29

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keteangan
1	Harga	P ₁	0,612	0,196	Valid
		P ₂	0,686	0,196	Valid
		P ₃	0,859	0,196	Valid
		P ₄	0,554	0,196	Valid
2	Keragaman Produk	P ₁	0,608	0,196	Valid
		P ₂	0,726	0,196	Valid
		P ₃	0,820	0,196	Valid
		P ₄	0,793	0,196	Valid
3	Lokasi	P ₁	0,721	0,196	Valid
		P ₂	0,794	0,196	Valid
		P ₃	0,847	0,196	Valid
		P ₄	0,730	0,196	Valid
4	Keputusan Pembelian	P ₁	0,696	0,196	Valid
		P ₂	0,819	0,196	Valid
		P ₃	0,760	0,196	Valid
		P ₄	0,700	0,196	Valid

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 22.0

Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,196. Hal ini berarti seluruh masing-masing pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Jika item pernyataan telah dikatakan valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitas.⁸¹ Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner.

Kriteria uji reliabilitas :

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,06$ (Singgih Santoso).⁸²

1) Keputusan Pembelian

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.728	.734	4

Hasil output SPSS 22.0 pada tabel diatas menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha $0,728 > 0,06$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang dilampirkan mengenai keputusan pembelian adalah reliabel.

⁸¹ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal. 113

⁸² Tim Penyusun Universitas Widyatama, *Modul Praktikum Metode Riset untuk Bisnis dan Manajemen*, (Bandung: Universitas Widyatama, 2015), hal. 24

2) Harga

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.715	.724	4

Hasil output SPSS 22.0 pada tabel diatas menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha $0,715 > 0,06$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang dilampirkan mengenai harga adalah reliabel.

3) Keragaman Produk

Tabel 4.11

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.723	.725	4

Hasil output SPSS 22.0 pada tabel diatas menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha $0,723 > 0,06$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang dilampirkan mengenai keragaman produk adalah reliabel.

4) Lokasi

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.773	.778	4

Hasil output SPSS 22.0 pada tabel diatas menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha $0,778 > 0,06$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang dilampirkan mengenai lokasi adalah reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik**a. Uji Normalitas**

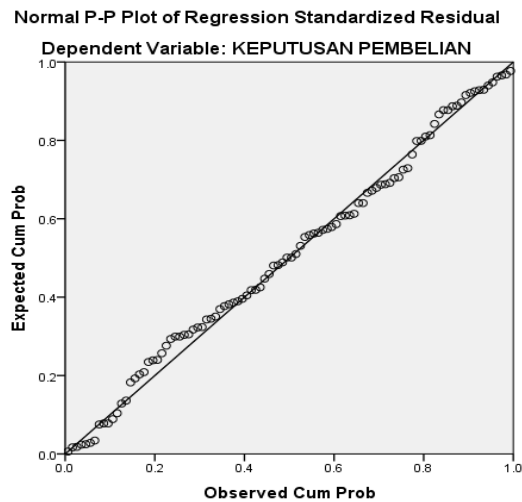
Tujuan uji ini yaitu menjelaskan populasi telah berdistribusi normal atau tidak normal maka dilakukan uji normalitas. Selain itu uji normalitas dilaksanakan guna melihat normal atau tidak model regresi dari variabel terikat dan variabel bebas.

Jika data yang diuji tersebar dekat dengan garis diagonal serta arahnya mengikuti garis diagonal berarti data yang diuji berdistribusi normal serta model regresi pemenuhan asumsi normalitas telah berhasil.⁸³

⁸³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal. 80

Gambar 4.3

Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 22.0

Dari gambar tersebut didapatkan hasil bahwa semua data berdistribusi secara normal. Karena, sebaran data mengikuti garis dan masih berada di sekitar garis diagonal, jadi regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Santoso (2012), tujuan uji multikolinearitas adalah menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar-variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas (Multiko).

Imam Ghazali (2011) mengukur multikolinearitas dapat dilihat dari nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Varian Inflation Factor*). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan

adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF 10.⁸⁴

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian multikolinearitas adalah:

- 1) H_0 : VIF > 10 dan nilai Tolerance $< 0,01$ maka terdapat multikolinearitas.
- 2) H_0 : VIF < 10 dan nilai Tolerance $> 0,01$ maka tidak terdapat multikolinearitas.

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	HARGA	.648	1.544
	KERAGAMAN PRODUK	.546	1.830
	LOKASI	.624	1.602

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Nilai VIF untuk variabel Harga sebesar 1,544 < 10 , sedangkan nilai Tolerance sebesar 0,648 $> 0,01$. Sehingga variabel Harga dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Nilai VIF untuk variabel Keragaman Produk, sebesar 1,830 < 10 , sedangkan nilai Tolerance sebesar 0,546 $> 0,01$.

⁸⁴ Syihabudin dan Najmudin, *Mudharabah – Musyarakah dan Peningkatan Penghasilan Masyarakat Pesisir*, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020), hal. 21

Sehingga variabel Keragaman Produk dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

- 3) Nilai VIF untuk variabel Lokasi sebesar $1,602 < 10$, sedangkan nilai Tolerance sebesar $0,624 > 0,01$. Sehingga variabel Lokasi dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Tujuan uji heterokedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians pada residual (error) dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Santoso,2012).

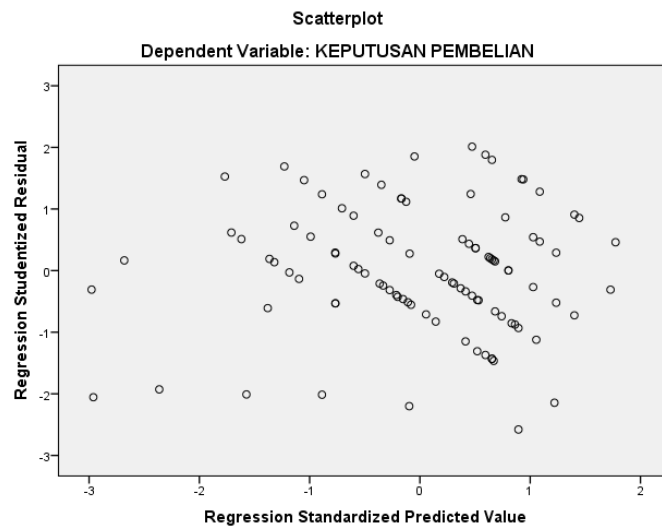
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji heteroskedastisitas dengan analisis grafik. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur. (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸⁵

⁸⁵ *Ibid.*, hal. 21

Gambar 4.4

Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 22.0

Dari grafik tersebut terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas pada model regresi yang dibuat.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan linier atau tidak. Interpretasinya dengan melihat kolom signifikansi pada baris Deviation from Linearity di tabel Anova, jika nilai signifikansi >

0,05 maka bersifat linier, dan jika hasilnya < 0.05 maka bersifat tidak linier.⁸⁶

Tabel 4.14

Hasil Uji Linieritas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Harga	0,55	Linier
Keragaman Produk	0,718	Linier
Lokasi	0,61	Linier

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 22.0

Berdasarkan hasil uji linieritas di atas, diketahui bahwa masing-masing variabel independen memiliki hubungan yang linier dengan variabel dependen, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel linier.

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016) untuk menjawab hipotesis pertama dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk melihat secara langsung pengaruh beberapa variabel terikat.⁸⁷

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung. Tingkat

⁸⁶ Joko Subando, *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Klaten: Lakeisha, 2021), hal 181

⁸⁷ Dito Aditia Derma Nasution dan Mika Debora Br. Barus, *Monograf: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan pada Pemerintah Kota Tanjung Balai dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hal. 57

kepercayaan yang digunakan dalam analisis ini adalah α 5%. Model persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan asumsi klasik, antara lain semua data berdistribusi normal, model harus bebas dari gejala multikolinieritas dan terbebas dari heterokedastisitas. Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 22.0.

0,05 dan derajat bebas (db) = n-2 maka rumusnya sebagai berikut:

$$T_{\text{tabel}} = (\alpha/2 ; n-k-1) = (0,05/2 ; 100-3-1) = 0,025 ; 96 = 1,984$$

Berikut hasil uji T (Uji Parsial) yang dibantu dengan bantuan

program SPSS 22.0 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil Uji Analisis Regresi

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.290	1.239		1.848	.068
	HARGA	.334	.082	.329	4.080	.000
	KERAGAMAN PRODUK	.246	.085	.254	2.886	.005
	LOKASI	.311	.075	.343	4.164	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputerisasi dengan menggunakan program SPSS versi 22.0 maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$KP = 2.290 + 0,334 Hg + 0,246 KrPr + 0,311 Lk + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a = konstanta sebesar 2,290 menunjukkan bahwa ketika variabel harga, keragaman produk dan lokasi konstan atau = tetap, maka keputusan pembelian konsumen sebesar 2,290 satuan

$b_1 = 0,334$ artinya jika variabel harga meningkat sebesar 1, maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat sebesar 0,334 satuan dengan asumsi X_2 dan X_3 konstan

$b_2 = 0,246$ artinya jika variabel keragaman produk meningkat sebesar 1, maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat sebesar 0,246 satuan dengan asumsi X_1 dan X_3 konstan.

$b_3 = 0,311$ artinya jika variabel lokasi meningkat sebesar 1, maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat sebesar 0,311 satuan dengan asumsi X_1 dan X_2 konstan.

5. Uji Hipotesis

Sugiyono (2012), mengungkapkan bahwa hipotesis merupakan dugaan sementara untuk mengetahui kebenaran maka diperlukan pengujian terhadap hipotesis yang ada.⁸⁸ Dalam penelitian ini uji hipotesis terdiri dari dua jenis yaitu Uji T (Uji Parsial) dan Uji F (Uji Simultan). Berdasarkan pengujian yang dilakukan maka akan disajikan hasil Uji T dan Uji F sebagai berikut:

⁸⁸ Syafrida, *Metodologi Penelitian*, (Jogjakarta: KBM Indonesia), hal. 53

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.⁸⁹

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Uji t antara variabel independen dengan variabel dependen menggunakan keputusan uji sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak ada pengaruh signifikan.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima tidak ada pengaruh.

Nilai t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik6 pada signifikansi 0,05 dan derajat bebas (db) = $n-2$ maka rumusnya sebagai berikut:

$$t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1) = (0,05/2 ; 100-3-1) = 0,025 ; 96 = 1,984$$

Berikut hasil uji t (Uji Parsial) yang dibantu dengan bantuan program SPSS 22.0 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.290	1.239		1.848	.068
	HARGA	.334	.082	.329	4.080	.000

⁸⁹ Syafrida, *Metodologi Penelitian*, (Jogjakarta: KBM Indonesia), hal. 53-54

KERAGAMAN PRODUK	.246	.085	.254	2.886	.005
LOKASI	.311	.075	.343	4.164	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Uji t terhadap variabel harga (X_1) di dapatkan thitung sebesar 4,080 dengan signifikan t sebesar 0,000. Karena thitung lebih besar dari ttabel ($4,080 > 1,984$) atau signifikan t lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$), H_1 diterima yang diartikan secara parsial variabel harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Dengan kata lain, hipotesis pertama diterima yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung.
- 2) Uji t terhadap variabel keragaman produk (X_2) di dapatkan thitung sebesar 2,886 dengan signifikan t sebesar 0,005. Karena thitung lebih besar dari ttabel ($2,886 > 1,984$) atau signifikan t lebih kecil dari 5% ($0,005 < 0,05$), H_1 diterima yang diartikan secara parsial variabel keragaman produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Dengan kata lain, hipotesis kedua diterima yang menyatakan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung.
- 3) Uji t terhadap variabel lokasi (X_3) di dapatkan thitung sebesar 4,164 dengan signifikan t sebesar 0,000. Karena thitung lebih

besar dari t_{tabel} ($4,164 > 1,984$) atau signifikan t lebih kecil dari 5% ($0,000 < 0,05$), H_1 diterima yang diartikan secara parsial variabel lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Dengan kata lain, hipotesis ketiga diterima yang menyatakan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F (uji simultan) digunakan untuk melihat terdapat tidaknya pengaruh dengan cara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat.⁹⁰

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis, yaitu:

- 1) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima.

Nilai F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05.

Adapun penentuan nilai F_{tabel} sebagai berikut:

$$F_{tabel} = \alpha ; (k; n-k-1) = 0,05 ; (3; 100-3-1) = 0,05 ; (3;96) = 2,31$$

Berikut hasil uji F (Uji Simultan) yang dibantu dengan bantuan program SPSS 22.0 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17

Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

⁹⁰ *Ibid.*, hal.53

1	Regression	219.983	3	73.328	46.924	.000 ^b
	Residual	150.017	96	1.563		
	Total	370.000	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA, KERAGAMAN PRODUK

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 22.0

Berdasarkan tabel ditunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 46,924 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,31. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($46,924 > 2,31$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang diartikan bahwa secara keseluruhan variabel harga, keragaman produk dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Tulungagung. Maka peneliti menyimpulkan hipotesis keempat pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel bebas yang terdiri dari harga (X_1), Keragaman (X_2), dan lokasi (X_3) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) terbukti dan dapat diterima.

6. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien Determinasi ialah besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas (dependent) dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak bebas (independent) (Suliyanto, 2011). Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu.

Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent semakin kuat, yang berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependent. Sedangkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah terbatas (Ghozali, 2016).⁹¹

Berikut hasil koefisien determinasi yang dibantu dengan bantuan program SPSS 22.0 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.595	.582	1.25007

a. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA, KERAGAMAN PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 22.0

Berdasarkan hasil tabel diatas nilai Adjusted R Square sebesar 0,582. Hal ini berarti bahwa Harga, Keragaman Produk dan Lokasi memiliki pengaruh positif dan berpengaruh sebesar 58% terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 42% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

⁹¹ Sri Wahyuni, *Kinerja Maqashid Syariah dan Faktor-Faktor Determinan*, (Surabaya: Scopindo Media Pusataka, 2020), hal. 43