

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

a. Sejarah Pasar Kaliwuloh Raguklampitan Jepara

Pasar Kaliwuloh Jepara merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Pasar Kaliwuloh ini terletak di timur kota Jepara tepatnya berada di Desa Raguklampitan Kecamatan Batealit. Pasar ini bisa disebut pasar desa karena berada di wilayah pedesaan dengan menjual banyak hasil bumi masyarakat sekitar terutama sayuran.

Pasar ini pertama berdiri sekitar pada tahun 1990an, dengan makin banyaknya pedagang yang berjualan serta sempitnya lahan, kemudian pasar ini dipindahkan ke seberang jalan atau selatan lokasi pasar lama untuk memperluas lahan serta dibangun bangunan permanen, dengan luas bangunan pasar 10.345 m². Pasar ini diresmikan pada tanggal 18 September 2002 oleh Drs. Hendro Martoyo M.M selaku Bupati Jepara.¹

Pasar Kaliwuloh sebenarnya memiliki nama resmi Pasar Sukorejo, namun masyarakat sekitar lebih terbiasa menyebutnya dengan Pasar Kaliwuloh karena pasar ini berada di Dukuh Kaliwuloh. Pasar ini tidak buka setiap hari melainkan hanya tiga hari dalam seminggu, yaitu setiap hari rabu, jumat, dan ahad. Pada bulan Oktober tahun 2015 pasar ini mengalami kebakaran yang menghancurkan banyak toko di bagian dalam pasar, sehingga sekitar satu bulan lebih pasar tidak beroperasi.²

Waktu beroperasi untuk kegiatan jual beli di pasar Kaliwuloh lebih dari 9 jam (sembilan jam),

¹ Sulistyono (kepala Pasar Tradisional Kaliwuloh Jepara), wawancara oleh penulis, 30 Oktober, 2019, wawancara 3, transkrip

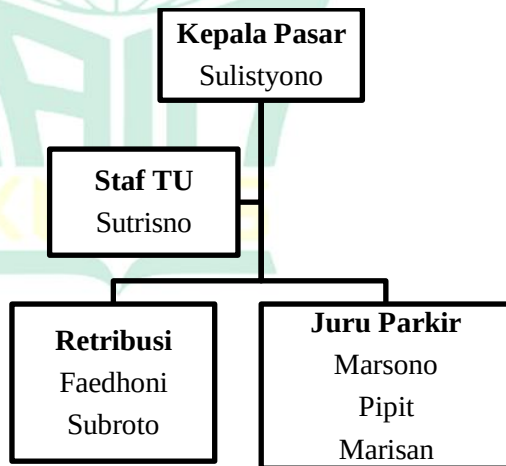
² Sulistyono (kepala Pasar Tradisional Kaliwuloh Jepara), wawancara oleh penulis, 30 Oktober, 2019, wawancara 3, transkrip

kebanyakan dari pedagang mulai memasarkan dagangannya dari jam 4 subuh sampai jam 12 siang. Tergantung dari jenis barang yang diperjual-belikan. Kebanyakan pedagang pisang dan ayam kampung sudah memasarkan dagangannya dari jam 4 subuh sampai jam 7 pagi, pedagang ikan, daging, sayuran mulai berdagang pada jam 5 pagi sampai jam 10 pagi. Dan untuk pedagang pakaian, buah, makanan, sembako dan lain-lain mulai berdagang pada jam 6 pagi sampai jam 12 siang atau lebih tergantung situasi. Biasanya sekitar jam 2 siang pasar sudah sepi dan pedagang sudah pulang.³

b. Susunan Organisasi Pasar Kaliwuloh Raguklampitan Jepara.

Adapun struktur organisasi di Pasar Kaliwuloh Jepara sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi
Pasar Tradisional Kaliwuloh Raguklampitan
Jepara



Sumber: Dokumentasi Pasar Kaliwuloh Raguklampitan Jepara

³ Sulistyono (kepala Pasar Tradisional Kaliwuloh Jepara), wawancara oleh penulis, 30 Oktober , 2019, wawancara 3, transkrip

c. Tugas-tugas

- 1) Tugas Kepala Pasar
 - a) Bertanggung jawab semua kegiatan yang ada di pasar
 - b) Mengkoordinir tugas staf dan kebersihan pasar
- 2) Tugas Staf TU
 - a) Mengurusi administrasi pasar
 - b) Mencetak surat ketetapan retribusi
 - c) Menerima setoran pendapatan dan menyetorkan ke bendahara penerimaan dinas perdagangan
 - d) Membuat laporan kas
- 3) Tugas Retribusi
 - a) Bertanggung jawab menarik retribusi
 - b) Menata pedagang di tempat masing-masing

d. Pedagang dan Barang yang diperdagangkan

- 1) Jumlah pedagang
Pasar Kaliwuloh Jepara memiliki jumlah pedagang sebagai berikut:
 - a) Kios : 217 pedagang
 - b) Los : 836 pedagang
- 2) Barang yang diperdagangkan
Kebanyakan para pedagang sayuran dan bumbu dapur menempati los atau dasaran terbuka yang ada di pasar, sayur yang kebanyakan tersedia adalah:
 - a) Bayam
 - b) Kangkung
 - c) Kacang panjang
 - d) Kol
 - e) Terong
 - f) Buncis
 - g) Rebung
 - h) Mentimun
 - i) Umbi-umbian
 - j) Rempah-rempah
 - k) dan lain-lain.

2. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para konsumen atau pembeli di Pasar Kaliwuloh Jepara. Responden (sampel) yang telah ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 orang, besarnya sampel ditentukan menurut pendapat Uma Sekaran, yaitu analisis multivariat jika jumlah populasinya tidak diketahui secara jelas dapat menggunakan 25 (dua puluh lima) kali variabel independen, $25 \times 3 = 75$. Pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental sampling* yaitu sebuah metode dimana sampel diambil berdasarkan orang yang kebetulan ditemui serta bersedia memberikan tanggapan atas pertanyaan pada kuesioner pada saat penelitian atau pengambilan data primer.⁴ Kegiatan penelitian atau pengambilan data primer dilakukan pada tanggal 10 – 30 September 2019.

Mengenai deskripsi responden data-data akan disajikan sebagai berikut. Responden dibagi dalam 5 kategori, antara lain: Jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan.

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin diharapkan dapat diketahui pengaruh pembelian sayuran. Pada kaum perempuan biasanya lebih dominan untuk belanja kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan hasil penyebaran data didapatkan responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Laki-laki	22	29,3%
2.	Perempuan	53	70,7%
Jumlah		75	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa responden yang banyak melakukan pembelian di pasar Tradisional Kaliwuloh adalah para perempuan yakni

⁴ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 67.

sebesar 53 responden dengan presentase 70,7%. Hal ini disebabkan karena perempuan memang konsumen yang lebih banyak melakukan keputusan pembelian.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Adapun hasil penyebaran data responden berdasarkan usia dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 4.2
Usia Responden

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	< 20 tahun	10	13,3%
2.	21-30 tahun	17	22,7%
3.	31-40 tahun	27	36,0%
4.	41-50 ahun	12	16,0%
5.	>50 tahun	9	12,0%
Jumlah		75	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 75 responden konsumen di Pasar Kaliwuloh Jepara yang berusia < 20 tahun sebanyak 10 orang (13,3%), usia 21-30 sebanyak 17 orang (22,7%), usia 31-40 sebanyak 27 orang (36,0%), usia 41-50 sebanyak 12 orang (16,0%), dan usia > 50 tahun sebanyak 9 orang (12,0%).

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun hasil penyebaran data responden berdasarkan kelompok tingkat pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	SD	4	5,3%
2.	SMP	13	17,3%
3.	SMA	49	65,3%
4.	Diploma	1	1,3%
5.	Sarjana	8	10,7%
Jumlah		75	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir dari 75 responden konsumen Pasar Kaliwuloh Jepara yaitu lulus SD sebanyak 4 orang (5,3%), lulusan SMP sebanyak 13 orang (17,3%), lulusan SMA sebanyak 49 orang (65,3%), lulusan Diploma sebanyak 1 orang (1,3%), dan lulusan Sarjana sebanyak 8 orang (10,7%).

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan seseorang dapat mempengaruhinya dalam melakukan pembelian sayuran. Hasil data Penyebaran data responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	PNS	3	4,0%
2.	Pegawai Swasta	11	14,7%
3.	Wiraswasta	23	30,7%
4.	Pelajar/Mahasiswa	7	9,3%
5.	Lain-lain	31	41,3%
Jumlah		75	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 75 responden yang bekerja sebagai PNS adalah 3 orang (4,0%), berkerja sebagai pegawai swasta sebanyak 11 orang (14,7%), bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 23 orang (30,7%), responden pelajar/mahasiswa sebanyak 7 orang (9,3%), dan lain-lain sebanyak 31 orang (41,3%) yang terdiri dari ibu rumah tangga maupun buruh.

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

Hasil penyebaran data berdasarkan pendapatan responden konsumen Pasar Kaliwuloh Jepara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Jumlah Responden	Prese ntase (%)
1.	< Rp.500.000	13	17,3%
2.	Rp.500.000 - Rp.1.000.000	9	12%
3.	Rp.1.000.000 – Rp.2.500.000	20	26,7%
4.	Rp.2.500.000 – Rp.5.000.000	22	29,3%
5.	> Rp.5.000.000	11	14,7%
Jumlah		75	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pendapatan dari 75 responden konsumen Pasar Kaliwuloh Jepara yaitu berpendapatan < Rp. 500.000 sebanyak 13 orang (17,3%), berpendapatan Rp.500.000 – Rp.1.000.000 sebanyak 9 orang (12%), berpendapatan Rp.1.000.000 – Rp.2.500.000 sebanyak 20 orang (26,7%), berpendapatan Rp.2.500.000 – Rp.5.000.000 sebanyak 22 orang (29,3%), dan berpendapatan > Rp.5.000.000 sebanyak 11 orang (14,7%).

3. Deskripsi Data

Hasil jawaban kuesioner dari masing-masing responden tentang pengaruh lokasi, harga, dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian di Pasar Tradisional Kaliwuloh Raguklampitan Jepara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Skor Kuesioner

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Tota l TS	%	Tota l STS	%
Loka si (X1)	X1.1	30	40,0	30	40,0	13	17,3	2	2,7	0	0
	X1.2	22	29,3	47	62,7	0	0	6	8,0	0	0
	X1.3	14	18,7	41	54,7	18	24,0	0	0	2	2,7
	X1.4	10	13,3	32	42,7	22	29,3	9	12,0	2	2,7
	X1.5	6	8,0	42	56,0	25	33,3	2	2,7	0	0
	X1.6	16	21,3	53	70,7	6	8,0	0	0	0	0
Harg a	X2.1	24	32,0	45	60,0	6	8,0	0	0	0	0
	X2.2	16	21,3	47	62,7	12	16,0	0	0	0	0

(X2)	X2.3	8	10,7	63	84,0	4	5,3	0	0	0	0
	X2.4	17	22,7	34	45,3	22	29,3	2	2,7	0	0
Kebe raga man Prod uk (X3)	X3.1	14	18,7	44	58,7	12	16,0	5	6,7	0	0
	X3.2	18	24,0	51	68,0	6	8,0	0	0	0	0
	X3.3	18	24,0	51	68,0	6	8,0	0	0	0	0
	X3.4	16	21,3	47	62,7	10	13,3	2	2,7	0	0
	X3.5	17	22,7	50	66,7	8	10,7	0	0	0	0
Kepu tusan Pem belia n (Y)	Y.1	29	38,7	44	58,7	2	2,7	0	0	0	0
	Y.2	18	24,0	53	70,7	4	5,3	0	0	0	0
	Y.3	22	29,3	32	42,7	16	21,3	5	6,7	0	0
	Y.4	24	32,0	42	56,0	9	12,0	0	0	0	0

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil tabel data di atas diketahui bahwa tanggapan 75 responden terhadap variabel lokasi (X1), harga (X2), keberagaman produk (X3), dan keputusan pembelian (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. Lokasi (X1)

- 1) Item X1.1, 30 responden (40,0%) menyatakan sangat setuju, 30 responden (40,0%) menyatakan setuju, 13 responden (17,3%) menyatakan netral, 2 responden (2,7%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 2) Item X1.2, 22 responden (29,3%) menyatakan sangat setuju, 47 responden (62,7%) menyatakan setuju, 0 responden (0%) menyatakan netral, 6 responden (8,0%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 3) Item X1.3, 14 responden (18,7%) menyatakan sangat setuju, 41 responden (54,7%) menyatakan setuju, 18 responden (24,0%) menyatakan netral, 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan 2 responden (2,7%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 4) Item X1.4, 10 responden (13,3%) menyatakan sangat setuju, 32 responden (42,7%) menyatakan setuju, 22 responden (29,3%) menyatakan netral, 9 responden (12,0%) menyatakan tidak setuju, dan 2 responden (2,7%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 5) Item X1.5, 6 responden (8,0%) menyatakan sangat setuju, 42 responden (56,0%) menyatakan setuju,

25 responden (33,3%) menyatakan netral, 2 responden (2,7%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.

- 6) Item X1.6, 16 responden (21,3%) menyatakan sangat setuju, 53 responden (70,7%) menyatakan setuju, 6 responden (8,0%) menyatakan netral, 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.

b. Harga (X2)

- 1) Item X2.1, 24 responden (32,0%) menyatakan sangat setuju, 45 responden (60,0%) menyatakan setuju, 6 responden (8,0%) menyatakan netral, 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 2) Item X2.2, 16 responden (21,3%) menyatakan sangat setuju, 47 responden (62,7%) menyatakan setuju, 12 responden (16,0%) menyatakan netral, 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 3) Item X2.3, 8 responden (10,7%) menyatakan sangat setuju, 63 responden (84,0%) menyatakan setuju, 4 responden (5,3%) menyatakan netral, 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 4) Item X2.4, 17 responden (22,7%) menyatakan sangat setuju, 34 responden (45,3%) menyatakan setuju, 22 responden (29,3%) menyatakan netral, 2 responden (2,7%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.

c. Keberagaman Produk (X3)

- 1) Item X3.1, 14 responden (18,7%) menyatakan sangat setuju, 44 responden (58,7%) menyatakan setuju, 12 responden (16,0%) menyatakan netral, 5 responden (6,7%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 2) Item X3.2, 18 responden (24,0%) menyatakan sangat setuju, 51 responden (68,0%) menyatakan setuju, 6 responden (8,0%) menyatakan netral, 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.

- 3) Item X3.3, 18 responden (24,0%) menyatakan sangat setuju, 51 responden (68,0%) menyatakan setuju, 6 responden (8,0%) menyatakan netral, 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 4) Item X3.4, 16 responden (21,3%) menyatakan sangat setuju, 47 responden (62,7%) menyatakan setuju, 10 responden (13,3%) menyatakan netral, 2 responden (2,7%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 5) Item X3.5, 17 responden (22,7%) menyatakan sangat setuju, 50 responden (66,7%) menyatakan setuju, 8 responden (10,7%) menyatakan netral, 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.

d. Keputusan Pembelian (Y)

- 1) Item Y.1, 29 responden (38,7%) menyatakan sangat setuju, 44 responden (58,7%) menyatakan setuju, 2 responden (2,7%) menyatakan netral, 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 2) Item Y.2, 18 responden (24,0%) menyatakan sangat setuju, 53 responden (70,7%) menyatakan setuju, 4 responden (5,3%) menyatakan netral, 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 3) Item Y.3, 22 responden (29,3%) menyatakan sangat setuju, 32 responden (42,7%) menyatakan setuju, 16 responden (21,3%) menyatakan netral, 5 responden (6,7%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.
- 4) Item Y.4, 24 responden (32,0%) menyatakan sangat setuju, 42 responden (56,0%) menyatakan setuju, 9 responden (12,0%) menyatakan netral, 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju, dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas
a. Uji Validitas

Software pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah SPSS 16. Cara uji validitas yaitu dengan membandingkan r_{hitung} (nilai pada kolom *Corrected Item Total Correlation*) dengan r_{tabel} (dilihat dari tabel r) untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel yaitu $75-2$ atau $df=73$. Nilai r_{tabel} dicari pada signifikansi $0,05$ ($\alpha = 5\%$).⁵ Berdasarkan ketentuan tersebut maka diketahui nilai r_{tabel} adalah $0,2272$. Adapun hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Lokasi (X1)	X1.1	0,557	0,227	Valid
	X1.2	0,263		Valid
	X1.3	0,505		Valid
	X1.4	0,579		Valid
	X1.5	0,654		Valid
	X1.6	0,457		Valid
Harga (X2)	X2.1	0,583	0,227	Valid
	X2.2	0,307		Valid
	X2.3	0,395		Valid
	X2.4	0,419		Valid
Keberagaman Produk (X3)	X3.1	0,483	0,227	Valid
	X3.2	0,608		Valid
	X3.3	0,870		Valid
	X3.4	0,765		Valid
	X3.5	0,616		Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,330	0,227	Valid
	Y.2	0,665		Valid
	Y.3	0,436		Valid
	Y.4	0,674		Valid

Sumber: Data primer yang diolah,2020

⁵ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolaha Data Terpraktis*,(Yogyakarta: ANDI,2014), 55.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid atau memenuhi uji validitas. Hal ini berarti alat/indikator yang digunakan untuk mengukur mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan mampu memberikan hasil pengukuran yang tepat dan benar.

e. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui uji reliabilitas pada suatu variabel atau instrumen acuan yang digunakan adalah pada nilai *Cronbach's Alpha*, suatu variabel dianggap reliabel jika nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ dan apabila $< 0,6$ maka tidak reliabel.⁶ Berikut adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha (> 0,6)	Keterangan
Lokasi (X1)	6 item	0,750	Reliabel
Harga (X2)	4 item	0,625	Reliabel
Keberagaman Produk (X3)	5 item	0,842	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	4 item	0,708	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ sehingga memenuhi syarat untuk alat dikatakan memiliki kualifikasi reliabel atau tetap atau tidak berubah-ubah, artinya bahwa alat atau indikator tersebut dapat mengukur secara konsisten pada waktu pengukuran yang berbeda-beda.

⁶ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolaha Data Terpraktis*, 64.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* dan nilai *tolerance* pada tabel *Coefficients*. Menganalisis korelasi antar variabel bebas, apabila nilai *tolerance* lebih dari 10% ($> 0,1$) serta nilai VIF kurang dari 10 (< 10) maka tidak terdapat gejala multikolinearitas.⁷ Adapun hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Total.X1	.638	1.567
	Total.X2	.498	2.007
	Total.X3	.566	1.766

a. Dependent Variable: Total.Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari tabel tersebut menunjukkan nilai *tolerance* lebih dari 10% (0,1) dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Jadi dapat dipastikan antar variabel-variabel bebas dalam model regresi tidak ditemukan adanya korelasi, uji multikolinearitas perlu dilakukan apabila jumlah variabel bebasnya lebih dari 1.

b. Uji Normalitas

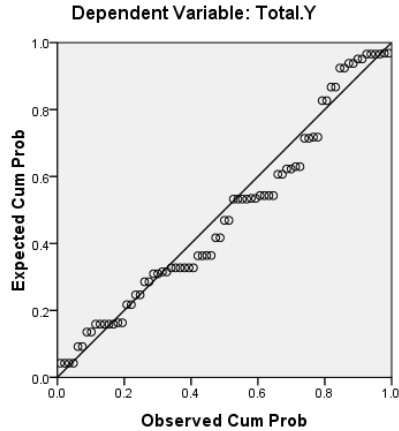
Hasil Uji Normalitas dapat dilihat pada *normal probability plot*, apabila titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal maka hasil tersebut menunjukkan distribusi normal, dan sebaliknya apabila data menyebar jauh dari garis diagonal maka menunjukkan distribusi tidak normal.⁸ Adapun hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

⁷ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolaha Data Terpraktis*,103.

⁸ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolaha Data Terpraktis*, 94.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas (Normalitas Probability Plot)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



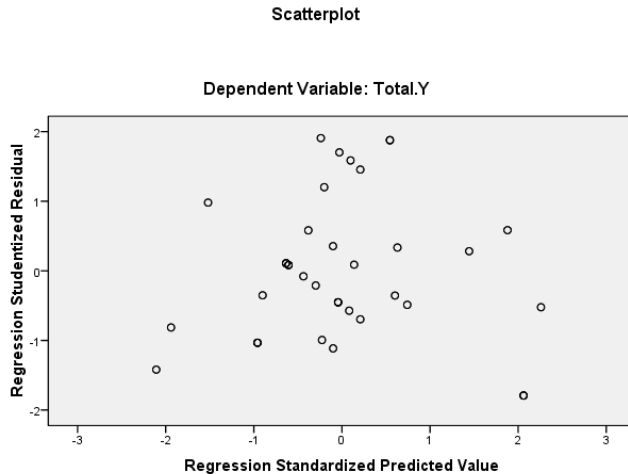
Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka hal tersebut menunjukkan distribusi normal. Untuk Uji Parametrik (Regresi berganda, Uji t, Uji F) data harus dipastikan terdistribusi normal sebelum dilakukan analisis data.

c. Uji Heterokedastisitas

Ada tidaknya heterokedastisitas dapat diketahui dengan cara melihat hasil pada pola gambar *scatter plot*. Dinyatakan tidak terdapat heterokedastisitas jika titik-titik data tersebar di atas serta di bawah nol dan tidak pula membentuk suatu pola tertentu.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari gambar di atas terlihat titik-titik menyebar di atas dan di bawah nol dan tidak pula membentuk pola tertentu, sehingga dapat ditarik kesimpulan tidak terjadi heterokedastisitas atau dengan kata lain terjadi homokedastisitas.⁹ Model regresi yang baik adalah yang terjadi homokedastisitas.

6. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dilakukannya Analisis regresi linier berganda adalah untuk menganalisis seberapa jauh variabel bebas (lokasi, harga, dan keberagaman produk) mempengaruhi variabel terikat (keputusan pembelian). Nilai Konstanta dan Koefisien Regresi masing-masing variabel mengacu pada hasil / output regresi linier berganda melalui perhitungan SPSS. Adapun hasil pengujian persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

⁹ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolaha Data Terpraktis*, 115.

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Item	B
1.	Konstanta (a)	5,107
2.	Lokasi (X1)	0,169
3.	Harga (X2)	-0,094
4.	Keberagaman Produk (Y)	0,449

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y' = 5,107 + 0,169X_1 - 0,094X_2 + 0,449X_3$$

Melalui persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 5,107. Artinya apabila variabel lokasi (X1), harga (X2), dan keberagaman produk (X3) dianggap konstan (nilainya nol) maka keputusan pembelian sayuran (Y) konsumen adalah sebesar 5,107.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel lokasi (X1) sebesar 0,169. Artinya apabila terdapat peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel lokasi (X1) maka keputusan pembelian sayuran akan meningkat sebesar 0,169.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar -0,094. Artinya jika terdapat peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel harga (X2) maka keputusan pembelian sayuran akan turun sebesar 0,094.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel keberagaman produk (X3) sebesar 0,449. Artinya jika terdapat peningkatan 1 (satu) satuan pada variabel keberagaman produk (X3) maka keputusan pembelian sayuran akan naik sebesar 0,449.

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah output utama dari analisis regresi. Outputnya ditafsirkan sebagai proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat diprediksi dari variabel independen.

Tabel 4.11
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.693 ^a	.480	.458	1.41630

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

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, diketahui koefisien determinasi (nilai *Adjusted R square*) diperoleh sebesar 0,458. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi, harga dan keberagaman produk dapat dijelaskan sebesar 45,8% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan keputusan pembelian sayuran sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini yaitu sebesar 54,2% (100% - 45,8%). *Adjusted R square* digunakan untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel independen. Penelitian ini terdapat tiga variabel independen, yang mana hal tersebut lebih dari dua variabel, sehingga dalam penentuan koefisien determinasi menggunakan *Adjusted R square*.¹⁰

c. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ (n adalah jumlah sampel sedangkan k adalah jumlah variabel independen). Sehingga t tabel diperoleh df = (75-3-1) dengan signifikansi 5% (0,05) adalah 1,994.¹¹ Adapun hasil uji parsial adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
Lokasi	2,523	1,994	0,014

¹⁰ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolaha Data Terpraktis*, 156.

¹¹ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolaha Data Terpraktis*, 161.

Harga	-0,681	1,994	0,498
Keberagaman Produk	5,072	1,994	0,000

Sumber: Data primer yang diolah,2020

Berdasarkan tabel di atas dapat didiskripsikan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian
Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,523 > 1,994$), dan nilai signifikansi $0,014 < 0,05$. Dapat disimpulkan variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (H_0 ditolak dan H_a diterima).
- 2) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-0,681 < 1,994$), dan nilai signifikansi $0,498 > 0,05$. Dapat disimpulkan variabel harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (H_0 diterima dan H_a ditolak).
- 3) Pengaruh Keberagaman Produk Keputusan Pembelian
Nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,072 > 1,994$), dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan variabel keberagaman produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (H_0 ditolak dan H_a diterima).

d. Uji F

Uji F digunakan guna menguji apakah variabel independen (lokasi, harga dan keberagaman produk) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).¹² Cara menentukan Uji F yaitu dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} ($F_{hitung} > F_{tabel}$). Cara mencari F_{tabel} yaitu pada derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen).¹³ Sehingga F_{tabel} diperoleh $df = (75-3-1)$ dengan signifikansi 5% (0,05) adalah 2,734. Adapun hasil pengujian adalah sebagai berikut:

¹² Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 127.

¹³ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolaha Data Terpraktis*,158.

Tabel 4.13
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	131.527	3	43.842	21.857	.000 ^a
Residual	142.420	71	2.006		
Total	273.947	74			

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

b. Dependent Variable: Total.Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diuraikan hubungan variabel lokasi, harga dan keberagaman produk secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian. Diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($21,857 > 2,734$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel lokasi, harga dan keberagaman produk secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran (H_0 ditolak dan H_a diterima).

B. Pembahasan

1. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil uji t variabel lokasi menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,253 > 1,994$), dengan tingkat signifikansi $0,014$ atau lebih kecil dari $0,05$ ($0,014 < 0,05$). Maka penelitian ini membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Terdapat pengaruh antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian sayuran di Pasar Kaliwuloh Raguklampitan Jepara (H_0 ditolak dan H_a diterima). Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian, lokasi akan dipertimbangkan apabila keberadaannya sesuai dengan harapan konsumen dan dirasa cocok melakukan pembelian dilokasi tersebut, maka akan menjadikan keputusan pembelian. Serta lokasi belanja yang diatur dengan baik maka akan meningkatkan minat pembelian konsumen serta keuntungan meningkat bagi tempat seperti pasar tradisional.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Altje Lenny Tumbel, dan Paulina Van Rate dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Tradisional di Kota Manado)” menemukan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.¹⁴

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil uji t variabel harga menunjukkan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-0,681 < 1,994$), dengan tingkat signifikansi 0,498 atau lebih besar dari 0,05 ($0,498 > 0,05$). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran di Pasar Tradisional Kaliwuloh Raguklampitan Jepara (Ho diterima dan H_a ditolak). Dapat disimpulkan bahwa konsumen Pasar Kaliwuloh Jepara, harga bukanlah pertimbangan utama dalam menentukan keputusan pembelian sayuran. Konsumen Pasar Kaliwuloh lebih mementingkan mutu produk karena memang sayuran yang dijual kebanyakan hasil bumi masyarakat sekitar sehingga tahu kualitasnya. Harga yang murah belum tentu membuat konsumen langsung mau membeli jika diketahui mutu produknya tidak bagus.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Junitrianto Kantohe dan Merlyn Karuntu dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Berbelanja Pada Fiesta Pasar Manado” yang menemukan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁵

3. Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil uji t variabel keberagaman produk menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,072 > 1,994$) dan bernilai positif, dengan tingkat signifikansi

¹⁴ Altje Lenny Tumbel dan Paulina Van Rate, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Tradisional di Kota Manado), *Jurusan Manajemen* 2, no.2, (2015): 71

¹⁵ Junitrianto Dan Merlyn Karuntu, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Berbelanja Pada Fiesta Pasar Manado, *Jurnal EMBA*, 2, No. 1, (2014): 75-76

0,000 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka penelitian ini membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Terdapat pengaruh antara Keberagaman produk terhadap keputusan pembelian sayuran di Pasar Tradisional Kaliwuloh Raguklampitan Jepara (H_0 ditolak dan H_a diterima). Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan antara keberagaman produk dengan keputusan pembelian sayuran, dimana masyarakat akan tertarik melakukan pembelian karena produk yang disediakan beragam dan lengkap menjadi daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dedy Ansari Harahap dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (Pajus) Medan” menemukan bahwa keberagaman atau kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.¹⁶

4. Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil Uji F menunjukkan bahwa lokasi, harga dan keberagaman produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yang signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($21,857 > 2,734$) dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis ke empat yaitu terdapat pengaruh lokasi, harga dan keberagaman produk secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian dapat diterima (H_0 ditolak dan H_a diterima). Untuk melihat besarnya pengaruh yang disumbangkan oleh variabel independen (lokasi, harga dan keberagaman produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) dapat dilihat dari nilai *Adjusted R square* yaitu sebesar 0,458 artinya variabel independen yang terdiri dari lokasi, harga dan keberagaman produk memberikan sumbangan sebesar 45,8% terhadap keputusan pembelian. Sedangkan

¹⁶ Dedy Ansari Harahap, “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (Pajus) Medan”, *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7, no. 3 (2015): 240.

sisanya 54,2% (dari 100% - 45,8%) yang merupakan faktor lain di luar penelitian.

