

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat pasar Tambah Rejo

Nama Pasar : Pasar Tambah Rejo

Alamat : Jl. Kapas Krampung

Kelurahan : Tambah Rejo

Kecamatan : Simokerto

Kota : Surabaya

Pasar Tambah Rejo merupakan salah satu pasar tradisional di Surabaya yang berada di Kecamatan Simokerto. Pasar Tambah Rejo salah satu pasar modernisasi yang diresmikan sejak Tahun 2006. Pasar ini memiliki potensi yang sangat besar, baik potensi ekonomi dan perdagangan, maupun potensi sosial dan budaya serta sumber daya manusia.

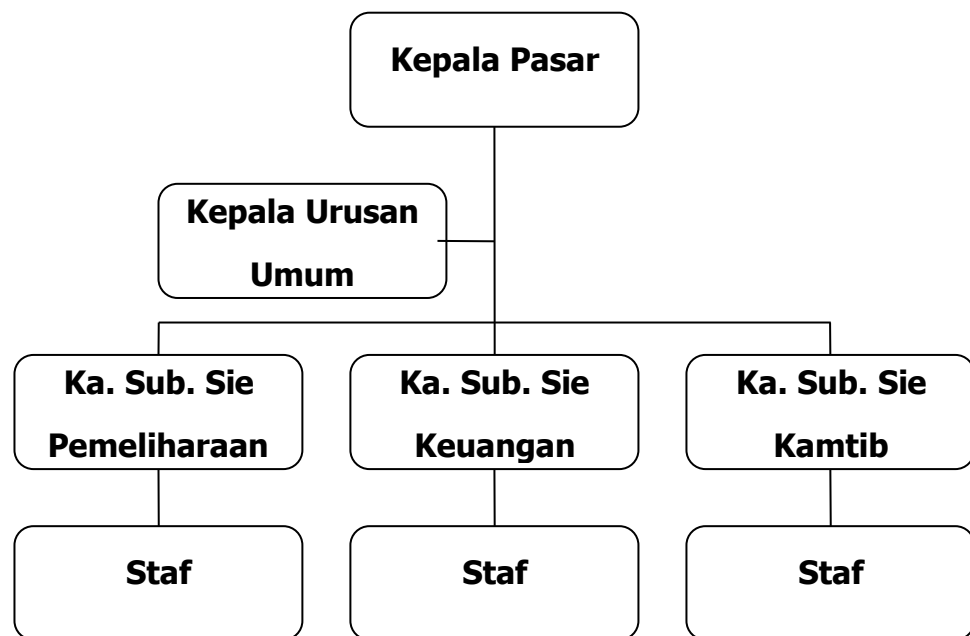
Pasar Tambah Rejo merupakan Pasar Legendaris yang didirikan pada era penjajahan Belanda dan direnovasi pada masa Ir. Soekarno setelah Indonesia merdeka. Awalnya, pasar Tambah Rejo adalah pasar tradisional biasa yang hanya ada 1 (satu) lantai dan sekarang menjadi 2 (dua) lantai. Peremajaan pasar Tambah Rejo ini dilakukan ketika pasar mengalami kebakaran yang menyebabkan pasar habis terbakar.

Seiring dengan perkembangan yang rumit, lahan Pasar Tambah Rejo setelah habis terbakar dibangun dan direnovasi dengan ide menggabungkan pasar

tradisional dengan pasar *Trade Center* (pusat belanja) yang kini akrab disebut KAZA.

2. Struktur Organisasi

Pasar Tambah Rejo Surabaya memiliki struktur organisasi untuk mengelola pasar sesuai dengan tugas masing-masing jabatan. Struktur tersebut adalah sebagai berikut.



(sumber: Dokumentasi Pasar Tambah Rejo 2017)

Gambar 4.1 Struktur organisasi Pasar Tambah Rejo

Tugas dan tanggung jawab dari setiap struktur organisasi:

- a. Kepala pasar adalah sebagai pimpinan pasar yang bertanggung jawab atas segala sesuatu yang ada di pasar. Dalam menjalankan tugasnya kepala pasar dibantu oleh beberapa kepala bagian dan staff.
- b. Kepala bagian umum adalah unsur Sekretariat yang dipimpin oleh seorang Kepala Bagian, berkedudukan di bawah kepala pasar dan

bertanggung jawab memberikan pelayanan administratif, termasuk juga pelayanan publik dan menyusun konsep kebijakan Kepala Pasar

- c. Ka. Sub. Sie pemeliharaan adalah mengenai tentang perawatan dan perbaikan inventarisasi pasar.
- d. Ka. Sub. Keuangan adalah unsur sekretariat yang dipimpin seorang kepala sub. Divisi, dibawah kepala pasar dan kepala bagian umum yang bertugas membuat rencana pemasukan dan pengeluaran untuk periode tertentu, serta mencari dan mengeksploitasi sumber dana untuk operasional pasar.
- e. Ka. Sub. Sie kamtib adalah unsur sekretariat yang dipimpin oleh seorang kepala sub. Divisi, dibawah kepala pasar dan kepala bagian umum yang bertugas mengenai ketertiban dan keamanan pasar.
- f. Staf adalah unsur sekretariat dibawah pimpinan kepala sub. Sie, yang bertugas sebagai pembantu pelakasana tugas dari Ka. Sub. Sie.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Deskripsi Responden

Berdasarkan kuesioner yan telah disebarkan kepada sampel penelitian dengan jumlah 93 responden, oleh pembeli yang berbelanja kebutuhan pokok sembako di pasar Tambah Rejo Surabaya, maka data yang diperoleh akan diolah oleh peniliti dengan menggunakan beberapa metode.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase
Pria	14	15%
Wanita	79	85%
Jumlah	93	100%

(Sumber : Data primer yang diolah peneliti 2019)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden penelitian ini adalah wanita dengan jumlah 79 orang atau 85%, sedangkan responden pria dengan jumlah 14 atau 15%. Data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar yang berbelanja ataupun pembeli di pasar Tambah Rejo adalah wanita karena mereka melakukan aktifitas jual beli hampir setiap hari untuk berbelanja kebutuhan pokok.

b. Karakteristik responden berdasarkan Umur

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Umur

Umur	Jumlah (orang)	Presentase
<20 tahun	3	3%
21-30 tahun	25	27%
31-40 tahun	58	62%
>41 tahun	7	8%
Jumlah	93	100%

(Sumber : Data primer yang diolah peneliti 2019)

Berdasarkan data tabel 4.2 diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah responden yang telah diteliti menurut umur menghasilkan, umur 31-40 tahun sebanyak 58 orang atau 62%, 21-30 tahun sebanyak 25 orang atau 27%, >41 tahun sebanyak 7 orang atau 8% dan <20 tahun sebanyak 3 orang

atau 3%. Hal ini menyatakan bahwa karakteristik berdasarkan umur yang paling besar adalah 31-40 tahun karena kebanyakan adalah berstatus ibu-ibu dan bapak-bapak. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah (orang)	Presentase
SMA/SMK	69	74%
D3	11	12%
S-1	13	14%
S-2	0	0
Jumlah	93	100%

(Sumber : Data Primer yang diolah peneliti 2019)

Berdasarkan data tabel 4.3 diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah responden yang telah diteliti menurut pendidikan menghasilkan, SMA/SMK sebanyak 69 orang atau 74%, D3 sebanyak 11 orang atau 12%, S-1 sebanyak 13 orang atau 14% dan S-2 sebanyak 0 orang atau tidak ada. Hal ini menyatakan bahwa karakteristik berdasarkan pendidikan yang paling dominan adalah SMA/SMK, karena pembeli dipasar Tambah Rejo latar belakang pendidikan terakhir paling banyak adalah SMA/SMK bisa saja setelah lulus mereka memutuskan langsung bekerja tidak melanjutkan studi lebih tinggi.

c. Karakteristik responden berdasarkan Penghasilan

Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah (orang)	Presentase
1.000.000 s/d 3.000.000	40	43%
3.000.000 s/d 5.000.000	45	48%
5.000.000 s/d 10.000.000	8	9%
>10.0000.0000	0	0%
Jumlah	93	100%

(Sumber : Data primer yang diolah peneliti 2019)

Berdasarkan data tabel 4.4 diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah responden yang telah diteliti menurut penghasilan 1.000.000 s/d 3.000.000 sebanyak 40 orang atau 43%, 3.000.000 s/d 5.000.000 sebanyak 45 orang atau 48%, 5.000.000 s/d 10.000.000 sebanyak 8 orang atau 9% dan >10.000.000 sebanyak 0 orang atau 0%. Hal ini menyatakan bahwa karakteristik berdasarkan penghasilan yang paling besar adalah 3.000.000 s/d 5.000.000 karena kebanyakan dari pembeli mempunyai penghasilan tetap dari hasil kerja mereka dan tidak ada yang penghasilan lebih dari 10.000.000.

2. Deskripsi Variabel

a. Deskripsi Variabel Pelayanan (X1)

Deskripsi variabel pelayanan (X1) akan dilakukan dari hasil jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner mengenai pelayanan terhadap pembelian kebutuhan pokok di pasar Tambah Rejo. Hasil pernyataan responden dapat diketahui dari tabel di bawah sebagai berikut :

Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban%				
	Variabel Pelayanan (X ₁)	SS	S	RR	TS	STS
1	Pasar Tambah Rejo bersih dan tidak kumuh	37	35	9	10	2
2	Tersedianya pos keamanan di pasar Tambah Rejo	19	59	13	0	2
3	Kios dibagi berdasarkan jenis barang yang dijual	41	37	7	8	0
4	Saya merasa nyaman dengan pelayanan pedagang di pasar tradisional Tambah Rejo	20	63	8	2	0
5	Saya merasa pedagang melayani dengan sepenuh hati	32	33	24	2	2
6	Saya merasa pedagang menunjukkan perhatian dan kesungguhan yang cukup besar dalam memberikan layanan terhadap barang yang dijual	22	51	16	4	0
7	Pedagang melayani pelanggan dengan cepat	36	36	17	4	0

8	Pedagang memberikan saran mengenai produk yang akan dibeli sesuai dengan kebutuhan pelanggan	15	60	14	4	0
9	Pedagang akan menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk yang dijual	35	52	6	0	0
10	Pedagang memberikan senyuman kepada pelanggan	40	33	16	2	2
11	Pedagang tidak menunjukkan kesan sibuk dalam menyambut pelanggan	21	49	13	8	2
12	Pedagang menawarkan produk yang dijualnya dalam keadaan bersih dengan ramah	38	33	14	8	0
13	Pedagang menguasai produk yang dijual	32	50	11	0	0
14	Saya merasa nyaman dan aman untuk berbelanja di pasar Tambah Rejo	22	56	9	2	4
Rata-Rata		29,2	46,2	12,6	3,85	1
Presentase		31%	50%	14%	4%	1%

(Sumber: Data primer yang diolah peneliti 2019)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa pembeli yang menyatakan sangat tidak setuju 1%, tidak setuju 4%, ragu-ragu 15%, setuju 50% dan sangat setuju 31%. Hasil pernyataan yang memiliki nilai tertinggi terdapat di pernyataan setuju yaitu 50%. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli yang berbelanja di pasar Tambah Rejo setuju dengan pelayanan oleh pedagang kebutuhan pokok yang memberikan kesan ramah saat melakukan kegiatan jual beli, artinya semakin baik pelayanannya dan penataan kios rapi akan mendorong keputusan pembelian kebutuhan pokok sembako yang ada di pasar Tambah Rejo dan pembeli merasa senang.

b. Deskripsi Variabel Ketersediaan Barang (X2)

Deskripsi variabel pelayanan (X2) akan dilakukan dari hasil jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner mengenai ketersediaan barang terhadap pembelian kebutuhan pokok di pasar Tambah Rejo. Hasil pernyataan responden dapat diketahui dari tabel di bawah sebagai berikut :

Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Ketersediaan Barang (X2)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban%				
	Variabel (X2)	SS	S	RR	TS	STS
1	Barang yang diletakkan tertata dengan rapi	19	58	10	6	0
2	Pasar Tambah Rejo mengkatogerikan produk sesuai kebutuhan di kios-kios	30	42	19	0	2
3	Pasar Tambah Rejo selalu menyediakan produk kebutuhan sehari-hari	40	45	4	4	0
4	Pasar Tambah Rejo menjual berbagai kebutuhan pokok masyarakat	23	62	8	0	0
5	Saya meraa kebutuhan sehari-hari saya dapat terpenuhi apabila membeli di pasar Tambah Rejo	23	52	12	4	2
6	Barang yang dibutuhkan selalu tersedia di semua kios pasar Tambah Rejo	16	49	18	6	4
7	Pasar Tambah Rejo memudahkan pelanggan dalam melakukan kegiatan jual-beli	35	39	17	2	0
8	Saya merasa pembelian kebutuhan pokok di pasar Tambah Rejo tidak begitu sulit	28	56	7	2	0
9	Pasar Tambah Rejo menjualkan kebutuhan pokok lengkap di setiap kios	40	33	12	2	6
10	Saya merasa terpenuhi berbelanja kebutuhan pokok di pasar Tambah Rejo karena lengkap	43	34	8	4	4
Rata-Rata		29,7	47	11,5	3	1,8
Presentase		32%	51%	12%	3%	2%

(Sumber : Data primer yang diolah peneliti 2019)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa pembeli yang menyatakan sangat tidak setuju 2%, tidak setuju 3%, ragu-ragu 12%, setuju 51% dan sangat setuju 32%. Hasil pernyataan yang memiliki nilai tertinggi terdapat di pernyataan setuju yaitu 51%. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli yang berbelanja di pasar Tambah Rejo setuju dengan ketersediaan barang terutama sembako yang selalu tersedia dan tidak menyulitkan pembeli dalam melakukan kegiatan jual beli, artinya semakin lengkap ketersediaan barang sembako atau kebutuhan pokok pembeli akan terus berdatangan dan tidak berpindah ketempat lain.

c. Deskripsi Variabel Lokasi (X3)

Deskripsi variabel lokasi (X3) akan dilakukan dari hasil jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner mengenai lokasi terhadap pembelian kebutuhan pokok di pasar Tambah Rejo. Hasil pernyataan responden dapat diketahui dari tabel di bawah sebagai berikut :

Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Lokasi (X3)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
	Variabel (X3)	SS	S	RR	TS	STS
1	Jalan menuju pasar Tambah Rejo mudah dilalui banyak orang	46	39	6	2	0
2	Pasar Tambah Rejo memiliki tempat yang luas dengan akses pada alat transportasi yang mudah didapat	28	53	10	2	0
3	Saya merasa lokasi pasar Tambah Rejo strategis untuk dikunjungi	56	29	8	0	0
4	Pasar Tambah Rejo mudah diakses di kota Surabaya dan lingkungan sekitar	45	32	13	2	0
5	Saya merasa lokasi pasar Tambah Rejo dekat dengan pusat kota Surabaya	31	47	11	0	4
Rata-Rata		41,2	40	9,6	1,2	0,8
Presentase		44%	43%	10%	1%	1%

(Sumber : Data primer yang diolah peneliti 2019)

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa pembeli yang menyatakan sangat tidak setuju 1%, tidak setuju 1%, ragu-ragu 10%, setuju 43% dan sangat setuju 44%. Hasil pernyataan yang memiliki nilai tertinggi terdapat di pernyataan sangat setuju yaitu 44%. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli yang berbelanja di pasar Tambah

Rejo sangat setuju dengan lokasi pasar yang strategis, dapat dilalui kendaraan umum, tidak jauh dari pusat kota dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas untuk melakukan kegiatan jual beli, artinya lokasi pasar Tambah Rejo yang dekat dengan pusat kota tidak begitu menyulitkan pembeli untuk berbelanja kebutuhan pokok setiap hari.

d. Deskripsi Variabel Pembelian (Y)

Deskripsi variabel pembelian (Y) akan dilakukan dari hasil jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner mengenai pembelian kebutuhan pokok di pasar Tambah Rejo. Hasil pernyataan responden dapat diketahui dari tabel di bawah sebagai berikut :

Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
	Variabel Pembelian(Y)	SS	S	RR	TS	STS
1	Pasar Tambah rejo selalu menyediakan kebutuhan pokok yang diinginkan pelanggan	41	44	4	4	0
2	Adanya faktor lingkungan untuk membeli kebutuhan pokok di pasar Tambah Rejo	38	47	10	0	0
3	Keputusan untuk membeli kebutuhan pokok setelah melihat kelengkapan pada pasar Tambah Rejo	38	47	6	0	2
4	Saya merasa puas berbelanja di pasar Tambah Rejo karena lokasinya dekat dan harganya murah	31	52	6	4	0
5	Saya memutuskan berbelanja di pasar Tambah Rejo saat jam operasional pedagang kebutuhan pokok	30	42	19	2	0
6	Saya memutuskan berbelanja di pasar Tambah Rejo karena dapat melakukan pembelian dalam jumlah banyak	35	38	10	6	4
Rata-Rata		35,1	45	9,1	2,6	1
Presentase		38%	48%	10%	3%	1%

(Sumber : Data primer yang diolah peneliti 2019)

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa pembeli yang menyatakan sangat tidak setuju 1%, tidak setuju 3%, ragu-ragu 10%, setuju 48% dan sangat setuju 38%. Hasil pernyataan yang memiliki nilai tertinggi terdapat di pernyataan setuju yaitu 48%. Hal ini menunjukkan bahwa pembeli yang melakukan pembelian kebutuhan pokok di pasar Tambah Rejo setuju dengan tindakannya, karena pembeli merasa puas berbelanja di pasar Tambah Rejo dengan melihat kelengkapan kebutuhan pokok dan harganya terjangkau.

C. Uji Instrumen

Uji instrumen bertujuan untuk mengetahui tingkat kevalidan indikator sebagai alat ukur variabel. Penelitian ini mengukur responden yang melakukan pembelian kebutuhan pokok sembako di pasar Tambah Rejo sebesar 30 responden.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang diolah oleh peneliti dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari responden. Uji validitas menggunakan metode *pearson product moment*. Kriteria dalam mengambil keputusan pada uji validitas adalah jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen dikatakan valid atau koefisien antara item dengan total sama diatas 0,361. Berikut hasil dari uji validitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

NO	VARIABEL	NILAI R HITUNG	NILAI R TABEL	SIG	KEPUTUSAN
1	PELAYANAN(X1)	0,734	0,361	0	VALID
2		0,749	0,361	0	VALID
3		0,916	0,361	0	VALID
4		0,767	0,361	0	VALID
5		0,924	0,361	0	VALID
6		0,784	0,361	0	VALID
7		0,719	0,361	0	VALID
8		0,481	0,361	0	VALID
9		0,72	0,361	0	VALID
10		0,928	0,361	0	VALID
11		0,744	0,361	0	VALID
12		0,841	0,361	0	VALID
13		0,8	0,361	0	VALID
14		0,772	0,361	0	VALID
1	KETERSEDIAAN BARANG(X2)	0,718	0,361	0	VALID
2		0,897	0,361	0	VALID
3		0,891	0,361	0	VALID
4		0,574	0,361	0	VALID
5		0,84	0,361	0	VALID
6		0,852	0,361	0	VALID
7		0,801	0,361	0	VALID
8		0,433	0,361	0	VALID
9		0,88	0,361	0	VALID
10		0,909	0,361	0	VALID
1	LOKASI(X3)	0,787	0,361	0	VALID
2		0,743	0,361	0	VALID
3		0,856	0,361	0	VALID
4		0,72	0,361	0	VALID
5		0,779	0,361	0	VALID
1	PEMBELIAN(Y)	0,679	0,361	0	VALID
2		0,722	0,361	0	VALID
3		0,438	0,361	0	VALID
4		0,676	0,361	0	VALID
5		0,426	0,361	0	VALID
6		0,671	0,361	0	VALID

(Sumber : data diolah oleh peneliti 2019)

Hasil dari tabel 4.9 pada masing-masing butir pernyataan nilai r hitung > r tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan data yang diperoleh dari

penelitian ini dinyatakan valid. Nilai r hitung dapat dilihat di lampiran SPSS pada kolom *Pearson Correlation-Total Correlation*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *cronbach's alpha* (α) dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* (α) lebih besar 0,6 ($\alpha > 0,6 = \text{reliabel}$) dan *cronbach's alpha* (α) lebih kecil 0,6 ($\alpha < 0,6 = \text{tidak reliabel}$). Berikut hasil uji reliabilitas :

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas	Hasil Alpha Cronbach	Standarisasi	Keterangan
X1	0,954	0,6	RELIABEL
X2	0,941	0,6	RELIABEL
X3	0,864	0,6	RELIABEL
Y	0,657	0,6	RELIABEL

(Sumber: data diolah oleh peneliti 2019)

Hasil tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* (α) pada setiap variabel pelayanan (X1), ketersediaan barang (X2), lokasi (X3) dan pembelian (Y) lebih besar dari 0,6, sehingga menunjukkan kuesioner penelitian ini yang digunakan adalah reliabel. Setiap item pernyataan yang konsisten memberikan hasil yang sama, apabila pernyataan disebarkan lagi akan memperoleh jawaban atau hasil yang sama.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalisasi bertujuan apakah dalam model regresi, variabel mempunyai nilai residual yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogrov Smirnov* untuk mengetahui apakah data tersebut normal, apabila data yang diperoleh lebih besar 0,05 ($>0,05$) maka data residual tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.05196756
	Absolute	.118
Most Extreme Differences	Positive	.097
	Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		1.141
Asymp. Sig. (2-tailed)		.148

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil tabel 4.11 diketahui nilai signifikan 0,148 lebih besar dari 0,05 (0,148 $> 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF)

atau nilai *tolerance*. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi yaitu nilai *tolerance* $\geq 0,10$.

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7.513	1.596		4.707	.000		
PELAYANAN	.228	.049	.602	4.631	.000	.266	3.758
¹ KETERSEDIAAN BARANG	.020	.067	.042	.307	.760	.241	4.144
LOKASI	.179	.118	.170	1.523	.131	.360	2.778

a. Dependent Variable: PEMBELIAN

Hasil tabel 4.12 diketahui bahwa nilai VIF variabel pelayanan sebesar $3,758 < 10,00$ dan nilai *tolerance* sebesar $0,266 > 0,10$, nilai VIF variabel ketersediaan barang $4,144 < 10,00$ dan nilai *tolerance* $0,241 > 0,10$, nilai VIF variabel lokasi $2,788 < 10,00$ dan nilai *tolerance* $0,360 > 0,10$.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, apabila nilai probabilitasnya lebih dari 0,05 ($> 0,05$) maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Spearmen's*.

Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas

		Correlations				
		Pelayanan	Ketersediaan Barang	Lokasi	Unstandardized Residual	
Sp ea rm an' s rh o	Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.651**	.579**	-.154
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.142
		N	93	93	93	93
	Ketersediaan Barang	Correlation Coefficient	.651**	1.000	.628**	-.095
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.365
		N	93	93	93	93
	Lokasi	Correlation Coefficient	.579**	.628**	1.000	.018
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.863
		N	93	93	93	93
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.154	-.095	.018	1.000
		Sig. (2-tailed)	.142	.365	.863	.
		N	93	93	93	93

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

tabel 4.13 diketahui bahwa nilai signifikan pelayanan (X1) sebesar 0,142 lebih besar dari 0,05, ketersediaan barang (X2) sebesar 0,365 lebih besar dari 0,05 dan lokasi (X3) 0,863 lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$). Hal ini menyatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas karena semua hasil signifikan variabel menunjukkan lebih besar dari 0,05.

E. Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (Y). berikut hasil uji F :

Tabel 4.14 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	581.810	3	193.937	44.558	.000 ^b
	Residual	387.373	89	4.353		
	Total	969.183	92			

a. Dependent Variable: PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), LOKASI, PELAYANAN, KETERSEDIAAN BARANG

Hasil tabel 4.14 Data yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 44,558 lebih besar dari nilai F tabel 2,70 ($44.558 > 2,70$). Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh variabel bebas pelayanan (X1), ketersediaan barang (X2), lokasi (X3) berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat pembelian (Y).

2. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji tingkat signifikansi atau tingkat koefisien regresi dan untuk menguji pengaruh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel terikat secara parsial. Berikut hasil dari Uji T :

Tabel 4.15 Hasil Uji T

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.513	1.596		4.707	.000
	PELAYANAN	.228	.049	.602	4.631	.000
	KETERSEDIAAN BARANG	.020	.067	.042	.307	.760
	LOKASI	.179	.118	.170	1.523	.131

a. Dependent Variable: PEMBELIAN

Hasil tabel 4.15 menunjukkan bahwa :

- a. Variabel Pelayanan memperoleh nilai T hitung sebesar 4,631 lebih besar dari nilai T tabel 1,66196 maka dapat disimpulkan variabel pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel pembelian.
- b. Variabel Ketersediaan Barang memperoleh nilai T hitung sebesar 0,307 < dari nilai T tabel 1,66196 maka dapat disimpulkan variabel ketersediaan barang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian.
- c. Variabel Lokasi memperoleh nilai T hitung sebesar 1,523 < dari nilai T tabel 1,66196 maka dapat disimpulkan variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian.

F. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yaitu pelayanan (X1), ketersediaan barang (X2) dan lokasi (X3) terhadap variabel terikat yaitu pembelian (Y). Berikut hasil yang diperoleh dari analisis regresi linear berganda :

Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.513	1.596		4.707	.000
1 PELAYANAN	.228	.049	.602	4.631	.000
KETERSEDIAAN BARANG	.020	.067	.042	.307	.760
LOKASI	.179	.118	.170	1.523	.131

a. Dependent Variable: PEMBELIAN

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

$$Y = 7,513 + 0,228 X_1 + 0,020 X_2 + 0,179 X_3 + e$$

Keterangan:

Y: Pembelian

A : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi variabel (pelayanan)

b_2 : Koefisien regresi variabel (ketersediaan barang)

b_3 : Koefisien regresi variabel (lokasi)

X_1 : Variabel (pelayanan)

X_2 : Variabel (ketersediaan barang)

X_3 : Variabel (lokasi)

e : Nilai standar error

Hasil tabel 4.16 dengan model persamaan regresi yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Nilai variabel terikat pembelian (Y) dapat dilihat dari besar koefisiennya sebesar 7,513. Hal ini menunjukkan bahwa variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas dalam penelitian ini.
- b. Variabel pelayanan (X_1) terhadap pembelian (Y) dapat dilihat dari nilai koefisien regresi yaitu 0,228. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X_1) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel pembelian (Y). Jika pelayanan akan bertambah satu satuan maka pembelian akan bertambah sebesar 0,228 satuan.

- c. Variabel ketersediaan barang (X2) terhadap pembelian (Y) dapat dilihat dari nilai koefisien regresi yaitu 0,020. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ketersediaan barang (X2) memiliki pengaruh yang positif terhadap pembelian (Y). Jika ketersediaan barang bertambah satu satuan maka pembelian akan bertambah sebesar 0,020 satuan.
- d. Variabel lokasi (X3) terhadap pembelian (Y) dapat dilihat dari nilai koefisien regresi yaitu 0,179. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi (X3) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel pembelian (Y). Jika lokasi akan bertambah satu satuan maka pembelian akan bertambah sebesar 0,179 satuan.

2. Uji Koefisien Determinasi Berganda

Uji koefisien determinan berganda digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas yaitu pelayanan, ketersediaan barang dan lokasi secara parsial terhadap variabel terikat yaitu pembelian.

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.600	.587	2.086

a. Predictors: (Constant), LOKASI, PELAYANAN, KETERSEDIAAN BARANG

Hasil tabel 4.17 menunjukkan bahwa data yang diperoleh nilai koefisien determinan (R^2) adalah sebesar 0,60 atau 60% yang artinya kontribusi dari variabel pelayanan (X1), ketersediaan barang (X2) dan Lokasi (X3) terhadap pembelian (Y) adalah sebesar 60% sedangkan 40% dipengaruhi oleh faktor lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini sesuai dengan teori pembelian menurut

Kotler dan Keller yang menjelaskan bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi 4 (empat) keputusan meliputi pilihan produk, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Akbar (2013) harga adalah faktor paling penting yang mempengaruhi pembelian konsumen, selain itu terdapat juga faktor produk dan tempat yang mempengaruhi pembelian..

G. Pembahasan

1. Analisis pengaruh variabel pelayanan (X1), ketersediaan barang (X2) dan lokasi (X3) secara simultan terhadap pembelian (Y) kebutuhan pokok di pasar tradisional Tambah Rejo Kapas Krampung Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 44,558 lebih besar dari nilai F tabel 2,70 ($44.558 > 2,70$). Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh variabel bebas pelayanan (X1), ketersediaan barang (X2), lokasi (X3) berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat pembelian (Y). Hal ini sesuai dengan hipotesis pertama yaitu pelayanan, ketersediaan barang dan lokasi berpengaruh secara simultan positif signifikan terhadap pembelian kebutuhan pokok di pasar tradisional Tambah Rejo Kapas Krampung Surabaya.

Pelayanan yang diberikan oleh pedagang diterima dengan baik oleh pembeli dilihat dari sikap ramah yang diberikan sehingga membuat pelanggan nyaman melakukan kegiatan jual beli. Ketersediaan barang sembako ditata dengan baik dan selalu ada di setiap kios, hal ini membuat pelanggan merasa tidak perlu untuk melakukan kegiatan jual beli diluar arena pasar Tambah rejo karena pelanggan merasa sudah terpenuhi beberlanja kebutuhan pokok sembako. Lokasi pasar tidak

begitu jauh dari pusat kota bisa dijangkau oleh transportasi umum dan dekat dengan pemukiman masyarakat sehingga pelanggan tidak perlu mencari-cari lagi pasar untuk melakukan kegiatan jual beli.



Gambar 4.2 Kios kebutuhan pokok pasar Tambah Rejo

2. Analisis pengaruh variabel pelayanan (X1) secara positif signifikan terhadap pembelian (Y) kebutuhan pokok di pasar tradisional Tambah Rejo Kapas Krampung Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji T memperoleh nilai T hitung sebesar 4,631 lebih besar dari nilai T tabel 1,66196. Hal ini menunjukkan variabel pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel pembelian. menunjukkan bahwa Variabel Pelayanan memperoleh nilai T hitung sebesar 4,631 lebih besar dari nilai T table 1,66196 maka dapat disimpulkan variabel pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap variabel pembelian. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang kedua yaitu pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap pembelian kebutuhan pokok di pasar tradisional Tambah Rejo Kapasa Krampung Surabaya. Hasil dari penelitian

ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sarini Kodu (2013) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian



Gambar 4.3 Pelayanan di pasar Tambah Rejo

Gambar 4.3 diatas menunjukkan pelayanan yang diberikan oleh pedagang sikap ramah dan memperhatikan yang dibutuhkan oleh pelanggan, hal ini membuat pelanggan merasa nyaman dan terpenuhi atas pelayanan yang diinginkan. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan nantinya akan berdampak positif membuat orang akan terus berdatangan dan berbelanja kebutuhan pokok di pasar Tambah Rejo.

3. Analisis pengaruh variabel ketersediaan barang (X2) secara positif signifikan terhadap pembelian (Y) kebutuhan pokok di pasar tradisional Tambah Rejo Kapas Krampung Surabaya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji T memperoleh nilai T hitung sebesar $0,307 <$ dari nilai T tabel $1,66196$ dengan nilai signifikan sebesar $0,760$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ketersediaan barang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pembelian. Kesimpulan ini tidak sesuai dengan hipotesis yang ketiga yaitu ketersediaan berpengaruh secara positif signifikan terhadap pembelian kebutuhan pokok di pasar tradisional Tambah Rejo Kapasa Krampung Surabaya. Hasil yang diperoleh ini dapat disimpulkan bahwa pembeli kebutuhan pokok di pasar Tambah Rejo tidak terlalu mendasarkan pembelian mereka terhadap ketersediaan barang sembako.



Gambar 4.4 Tata letak kios di pasar Tambah Rejo

Gambar 4.4 diatas menunjukkan tata letak ketersediaan barang sembako tidak sesuai, seharusnya semua kios di isi oleh pedagang kebutuhan pokok sembako tetapi malah ada kios yang bukan termasuk kebutuhan pokok berada ditengah-tengah kios, hal ini membuat pelanggan menjadi kebingungan untuk membeli kebutuhan pokok sembako di pasar Tambah Rejo. Ketersediaan barang sembako yang berada di pasar Tambah Rejo seharusnya memudahkan pelanggan untuk melakukan kegiatan jual beli.

4. Analisis pengaruh variabel lokasi (X3) secara positif signifikan terhadap pembelian (Y) kebutuhan pokok di pasar tradisional Tambah Rejo Kapas Krampung Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji T memperoleh nilai T hitung sebesar $1,523 <$ dari nilai T tabel $1,66196$ dengan nilai signifikan $0,131$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pembelian. Kesimpulan ini tidak sesuai dengan hipotesis yang keempat yaitu lokasi berpengaruh secara positif signifikan terhadap pembelian kebutuhan pokok di pasar tradisional Tambah Rejo Kapas Krampung Surabaya. Hasil yang diperoleh ini dapat disimpulkan bahwa pembeli kebutuhan pokok di pasar Tambah Rejo tidak terlalu mendasarkan pembelian mereka terhadap lokasi karena konsumen terkadang bisa saja membeli kebutuhan pokok di toko kecil perumahan yang ada didekat rumah mereka.



Gambar 4.5 Lokasi pasar Tambah Rejo

Gambar 4.5 diatas menunjukkan lokasi pasar Tambah Rejo memang strategis dapat dijangkau oleh masyarakat umum dan tidak jauh dari pusat kota hanya saja pintu masuk yang menuju pasarnya langsung ada satu tetapi pintu masuk akses pasar bisa dilalui dari 4 pintu. Pelanggan yang akan melakukan kegiatan jual beli atau membeli kebutuhan pokok sembako menjadi kebingungan karena akses ke pasarnya bisa masuk dari banyak arah.