

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian dan Karakteristik Responden**

##### **1. Sejarah Singkat Cafe Bray Bekasi Timur**

Cafe Bray merupakan toko yang fokus dalam penjualan aneka makanan dan minuman mulai dari impor hingga ekspor. Cafe Bray ini mulai didirikan pada tahun 2005 oleh Mulyadi, yang bertempat di Bekasi. Melihat ada lokasi sebuah toko yang cukup strategis, mudah dijangkau, dekat pusat pembelanjaan. Pada saat itu sang pemilik melihat peluang usaha yang cukup besar kemudian berniat untuk membuka lahan usahanya dan jadilah usaha yang bernama Cafe Bray yang menawarkan aneka minuman dan makanan dari lokal hingga manca negara. Kendala yang terjadi pada saat awal mula perintisannya kurangnya konsumen yang membeli atau menggunakan jasanya. Dari tahun ke tahun usaha yang dirintisnya atas kerja keras dari pemilik cafe tersebut alhasil beliau mempunyai banyak orang karyawan untuk saat ini.

**Visi Cafe Bray Bekasi Timur:** Visi dari perusahaan tersebut diantaranya bisa memenuhi kebutuhan keluarga, dan untuk dan membantu orang-orang yang yang membutuhkan jasanya sebagaimana segala sesuatu yang dijual di tokonya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

**Misi Cafe Bray Bekasi Timur:**

- a) Memberikan produk yang berkualitas, dan up to date.
- b) Memberikan pelayanan yang ramah, cepat dan tanggap.

**2. Bauran Pemasaran di Cafe Bray Bekasi Timur****a. Analisis produk**

Cafe Bray menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman dari lokal hingga manca negara seperti milk aceh, stik singkong keju thailand dan lain-lain

**b. Analisis harga**

Banyak konsumen menengah ke atas datang untuk menyinggah ke tempat ini untuk menikmati berbagai makanan dan minuman. Karena harga yang ditawarkan oleh cafe ini relatif sesuai standar.

**c. Analisis tempat**

Cafe Bray Bekasi Timur terletak di pinggir jalan komplek perumahan. Sehingga lokasinya strategis dan transportasinya mudah dijangkau kendaraan umum.

**d. Analisis promosi**

Iklan dilakukan cukup dengan memasang papan nama dipinggir jalan dan spanduk di depan Cafe Bray Bekasi Timur, hal ini dirasa penting untuk memberitahukan kepada masyarakat umum tentang produk yang disediakan Cafe ini.

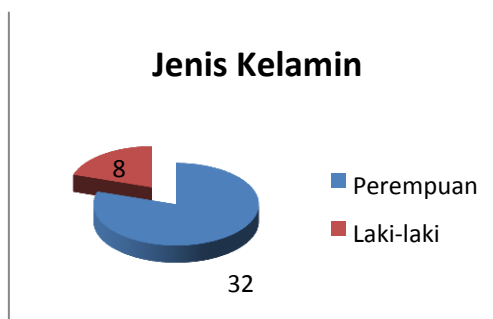
## B. Data Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil responden pelanggan pada Cafe Bray Bekasi Timur berikut ini:

### a. Jenis kelamin responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden pada Cafe Bray Bekasi Timur sebagai berikut:

Grafik 4.1



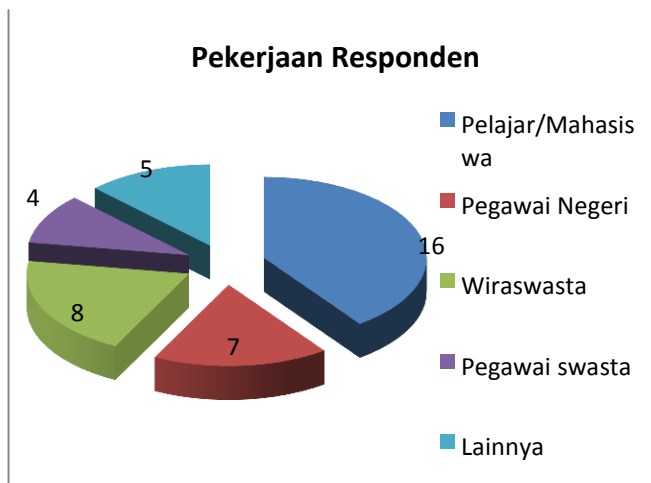
*Sumber: Data Primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan grafik 4.1, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pelanggan pada Cafe Bray Bekasi Timur yang diambil sebagai responden dengan jumlah 40 orang, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah wanita, yaitu sebanyak 32 orang, sedangkan sisanya adalah responden pria sebanyak 8 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden pelanggan pada Cafe Bray Bekasi Timur yang diambil sebagai responden adalah perempuan.

### b. Pekerjaan responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden pelanggan pada Cafe Bray Bekasi Timur adalah sebagai berikut:

Grafik 4.2



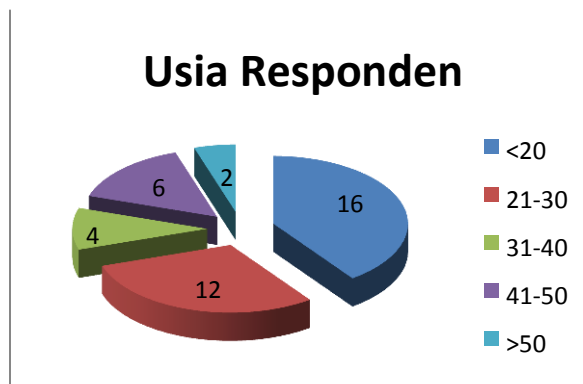
*Sumber: Data Primer yang diolah 2017*

Berdasarkan grafik 4.2, dapat diketahui tentang pekerjaan responden pada Cafe Bray Bekasi Timur di Bekasi yang diambil sebagai responden dengan jumlah 40 orang, mayoritas pembeli adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 16 orang, sedangkan wiraswasta 8 orang, pegawai negeri 7 orang, lainnya 5 orang dan pegawai swasta 4 orang.

### c. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden pelanggan pada Cafe Bray Bekasi Timur adalah sebagai berikut:

Grafik 4.3



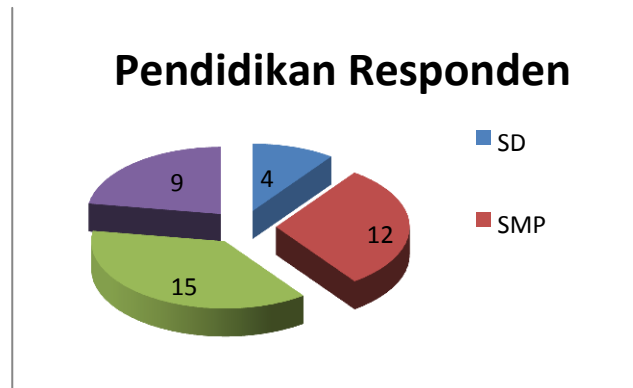
*Sumber: Data Primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan grafik 4.3, dapat diketahui tentang usia responden pada Cafe Bray Bekasi Timur di Bekasi yang diambil sebagai responden dengan jumlah 40 orang, mayoritas pembeli adalah usia dibawah 20 tahun yaitu sebanyak 16 orang, kemudian peringkat kedua responden usia 21-30 tahun yaitu sebanyak 12 orang, peringkat ketiga usia 41-50 tahun yaitu sebanyak 6 orang, peringkat keempat responden usia 31-40 yaitu sebanyak 4 orang, dan yang terendah responden usia lebih dari 50 tahun yaitu sebanyak 2 orang.

d. Pendidikan Responden.

Adapun data mengenai pendidikan responden pelanggan pada Cafe Bray Bekasi Timur adalah sebagai berikut:

Grafik 4.4



*Sumber: Data Primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan grafik 4.4, dapat diketahui tentang pendidikan responden pada Cafe Bray Bekasi Timur yang diambil sebagai responden dengan jumlah 40 orang, mayoritas pembeli adalah berpendidikan SMA yaitu sebanyak 15 orang, kemudian peringkat kedua responden berpendidikan SMP yaitu sebanyak 12 orang, peringkat ketiga pendidikan perguruan tinggi yaitu sebanyak 6 orang, dan yang terendah responden pendidikan SD yaitu sebanyak 4 orang.

### C. Analisis Regresi

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (kuesioner). Uji validitas dalam penelitian ini dihitung dengan

menggunakan bantuan program SPSS. Kriteria pengukuran yang digunakan adalah :

- Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan  $df = n-2$  , maka kesimpulannya item kuesioner tersebut valid
- Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel dengan  $df = n-2$  , maka kesimpulannya item kuesioner tersebut tidak valid

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$  dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya  $df$  dapat dihitung  $40-2$  atau  $df$  38 dengan  $\alpha$  0,05 didapat  $r$  tabel 0,312, jika  $r$  hitung (untuk tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected* item pertanyaan total *correlation*) lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid. Pengujian validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS ver.16. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Item pertanyaan	$r$ hitung	$r$ tabel	Kesimpulan
Marketing Mix (X)	Pertanyaan 1	0.484	0.312	Valid
	Pertanyaan 2	0.900	0.312	Valid
	Pertanyaan 3	0.904	0.312	Valid

	Pertanyaan 4	0.749	0.312	Valid
	Pertanyaan 5	0.794	0.312	Valid
	Pertanyaan 6	0.765	0.312	Valid
	Pertanyaan 7	0.810	0.312	Valid
	Pertanyaan 8	0.864	0.312	Valid
	Pertanyaan 9	0.378	0.312	Valid
	Pertanyaan 10	0.752	0.312	Valid
	Pertanyaan 11	0.833	0.312	Valid
	Pertanyaan 12	0.864	0.312	Valid
Tingkat Pendapatan (Y)	Pertanyaan 13	0.705	0.312	Valid
	Pertanyaan 14	0.865	0.312	Valid
	Pertanyaan 15	0.905	0.312	Valid

*Sumber : Data Primer yang diolah 2017*

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  tabel (0,312) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

## 2. Uji Realibilitas

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



**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Reliability Coefficients	Alpha	Keterangan
Produk	3 item pertanyaan	0,857	Reliabel
Harga	3 item pertanyaan	0,811	Reliabel
Lokasi	3 item pertanyaan	0,810	Reliabel
Promosi	3 item pertanyaan	0,832	Reliabel
Tingkat Pendapatan	3 item pertanyaan	0,838	Reliabel

*Sumber : Data Primer yang diolah 2017*

Dari keterangan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa koefisien reliabilitas variabel produk sebesar 0,857, koefisien reliabilitas harga sebesar 0,811, koefisien reliabilitas lokasi sebesar 0,810, koefisien reliabilitas sebesar 0,832 serta koefisien reliabilitas sebesar 0,838. Hal ini menunjukkan masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha  $> 0,60$ . dengan demikian variabel (marketing mix dan **Tingkat Pendapatan**) dapat dikatakan reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### a. Uji Multikorelasi

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. **Tabel 4.3**

Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Produk	.970	1.031
	Harga	.956	1.045
	Lokasi	.956	1.046
	Promosi	.966	1.035

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2015*

Dari tabel 4.3 hasil pengujian multikolineoritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) keempat variabel, yaitu variabel produk sebesar 1.031, variabel harga sebesar 1.045, variabel lokasi sebesar 1.046 dan variabel promosi sebesar 1.035 adalah lebih kecil dari 10, sehingga bisa diduga bahwa antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinieritas.

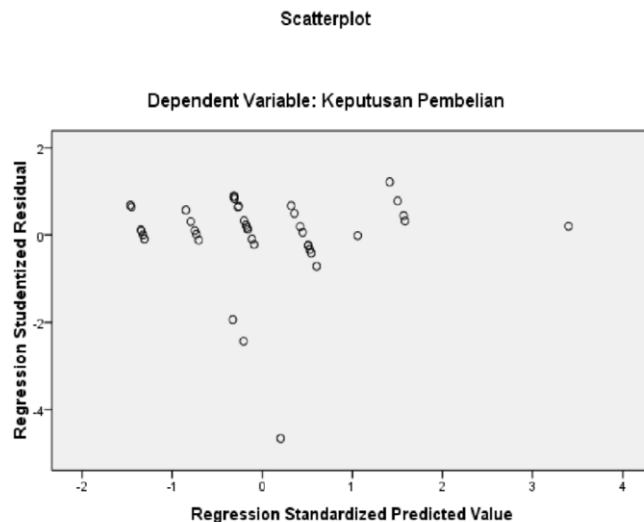
b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan

varians. Adapun hasil uji statistik heterokedasitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### Gambar 4.1

#### Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas



*Sumber: Data Primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan gambar 4.1 scatterplot menunjukkan bahwa terdapat pola atau titik yang tidak menyebar di atas angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

## D. Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, untuk menguji sejauh mana pengaruh variabel produk, harga, lokasi dan promosi terhadap tingkat pendapatan di Cafe Bray Bekasi Timur.

Pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS versi 16.0 berdasarkan data primer yang telah diperoleh.

**Tabel 4.5**  
**Persamaan Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.753	.598		1.259	.216
Produk	-.085	.036	-.082	-2.376	.023
Harga	.986	.036	.968	27.735	.000
Lokasi	.030	.024	.043	1.241	.223
Promosi	-.020	.032	-.021	-.608	.547

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2017*

Dari tabel 4.5 dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien regresi yaitu variabel X1 sebesar 0,085 , X2 sebesar 0,986 , X3 sebesar 0,030 dan X4 sebesar -0.020 dengan konstanta sebesar 0,753 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,753 - 0,085X_1 + 0,986X_2 + 0,030X_3 - 0,020X_4 + e$$

Y : Variabel dependen (tingkat pendapatan)

X1 : Variabel independen (produk)

X2 : Variabel independen (harga)

X3 : Variabel independen

(lokasi) X4 : Variabel

independen (promosi)  $e$  :

Variabel residu

Berdasarkan persamaan regresi diatas mengenai variable-variabel yang mempengaruhi tingkat pendapatan, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 0,753 menyatakan bahwa jika tidak menggunakan variabel produk, harga, lokasi dan promosi sebagai indikator *marketing mix* maka tingkat pendapatan untuk membeli sebesar 0,753
- Koefisien regresi variabel produk -0,085, artinya jika jumlah produk ditambah 1 unit maka tingkat pendapatan menurun sebesar -0,085 Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien regresi variabel harga 0,986, artinya jika harga dinaikkan 1 rupiah maka tingkat pendapatan meningkat sebesar 0,986. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien regresi variabel lokasi 0,030, artinya jika lokasi dijauhkan 1 area lebih jauh maka tingkat pendapatan meningkat sebesar 0,030. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien regresi variabel promosi -0,020, artinya jika promosi ditambah 1 tindakan maka tingkat pendapatan menurun sebesar -0,020. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Sehingga model regresi linier berganda dapat digunakan untuk memprediksi tingkat pendapatan yang dipengaruhi oleh produk, harga, lokasi dan promosi.

## 2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 16 pada tabel 4.4 dijelaskan sebagai berikut:

Hipotesis :

- $H_0 : \beta_1 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variable independen.
- $H_a : \beta_1 > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variable independen.

Dasar keputusan :

- Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ table}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ table}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Nilai  $t$  tabel dengan taraf signifikansi 5% diperoleh  $t(0,05)(n-2) = 2,021$ .

Dari tabel di 4.5 dapat dilihat bahwa:

- t hitung variabel produk sebesar  $-2,376$  maka t hitung  $(-2,376) < t$  tabel  $(2,021)$ . Dengan signifikan  $0,023$ .
- t hitung variabel harga sebesar  $27,735$  maka t hitung  $(27,735) > t$  tabel  $(2,021)$ . Dengan signifikan  $0,000$ .
- t hitung variabel lokasi sebesar  $1,241$  maka t hitung  $(1,241) < t$  tabel  $(2,021)$ . Dengan signifikan  $0,223$ .
- t hitung variabel promosi sebesar  $-0,608$  maka t hitung  $(-0,608) < t$  tabel  $(-2,021)$ . Dengan signifikan  $0,547$ .

Signifikan masing-masing variabel yaitu variabel produk  $(0,023) < 0,005$ , variabel harga  $(0,000) < 0,005$ , variabel lokasi  $(0,223) > 0,005$  dan variabel promosi  $(0,547) > 0,005$ . Berarti menunjukkan bahwa variabel produk, harga secara signifikan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan di cafe bray bekasi timur. Sedangkan lokasi dan promosi yang diberikan cafe bray adalah bukan tujuan utama masyarakat dalam keputusan pembelian.

Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel harga  $> t$  tabel sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (tingkat pendapatan). Sedangkan variabel produk, lokasi dan promosi t hitung  $< t$  tabel sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya variabel produk, lokasi dan promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel tingkat pendapatan.

### 3. Uji Simultan ( Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh semua variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat berikut ini.

**Tabel 4.5**  
**Uji Simultan**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	110.285	4	27.571	20.755	.000 <sup>a</sup>
Residual	4.690	35			
Total		4	.13		
	114.975	39			

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2017*

Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 16 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- $H_0 : \beta_1 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan pada masing-masing variable independen.
- $H_a : \beta_1 > 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan pada masing-masing variable independen.



Dasar keputusan:

- Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hasil analisis : Nilai  $F_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 2,605. Dari tabel diatas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 20,755 dengan signifikansi 0,000 dibawah 0,05%, ini menunjukkan  $F_{hitung} (20,755) > F_{tabel} (2,605)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel produk, harga, lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel independen (tingkat pendapatan).

#### 4. Analisis Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (produk, harga, lokasi dan promosi) terhadap variabel dependen (tingkat pendapatan).

**Tabel 4.6**

#### Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.979 <sup>a</sup>	.959	.95	.36606
			5	

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2017*

Dari tabel 4.6 di atas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,959, ini artinya bahwa variabel tingkat pendapatan dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, lokasi, dan promosi sebesar 95% sedangkan sisanya ( $100\% - 95\% = 5\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain.

### **E. Pembahasan**

Pada pembahasan ini, penulis akan menjelaskan data yang telah diolah. Berdasarkan hasil uji validitas dari semua soal dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil uji reliabilitas dari semua soal diperoleh reliabilitas  $>$  0,6, maka semua soal dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

Uji  $t$  atau uji parsial yang telah dilakukan pada masing-masing variabel diperoleh  $t$  hitung variabel produk, lokasi dan promosi  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel. Sehingga variabel produk, lokasi dan promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan. Sedangkan  $t$  hitung variabel harga diperoleh  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, sehingga variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap tingkat pendapatan. Uji  $F$  atau uji simultan pada semua variabel independen diperoleh  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel. Sehingga variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ), dan promosi ( $X_4$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat pendapatan ( $Y$ ).

Dari analisis berganda diperoleh konstanta sebesar 0,753 menyatakan bahwa jika cafe bray bekasi timur tidak menggunakan variabel produk, harga, lokasi dan promosi sebagai indikator *marketing mix* maka tingkat pendapatan sebesar 0,753%. Koefisien regresi

variabel produk 0,085, artinya jika jumlah produk ditambah 1 unit maka tingkat pendapatan menurun sebesar -0,085%. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Koefisien bernilai negatif artinya tidak terjadi hubungan positif antara produk dan tingkat pendapatan. Koefisien regresi variabel harga 0,986, artinya jika harga dinaikkan 1 rupiah maka tingkat pendapatan meningkat sebesar 0,986%. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dan tingkat pendapatan. Semakin harga sesuai pasaran maka tingkat pendapatan akan meningkat. Koefisien regresi variabel lokasi 0,030, artinya jika lokasi dijauhkan 1 area lebih jauh maka tingkat pendapatan meningkat sebesar 0,030%. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dan keputusan pembelian. Semakin lokasi sesuai pasaran maka tingkat pendapatan akan meningkat. Koefisien regresi variabel promosi -0,020, artinya jika promosi ditambah 1 tindakan maka tingkat pendapatan menurun sebesar -0,020%. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Koefisien bernilai negatif artinya tidak terjadi hubungan positif antara promosi dan tingkat pendapatan.

Variabel yang dominan mempengaruhi tingkat pendapatan dalam penelitian ini adalah variabel harga. Hal ini dilihat dalam uji t yang telah dilakukan menunjukkan nilai t hitung variabel harga lebih besar dari t hitung variabel produk, lokasi dan promosi.

### 1. Pengaruh Variabel Produk Terhadap Tingkat Pendapatan

Berdasarkan analisis regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa produk berpengaruh terhadap tingkat pendapatan di Cafe Bray Bekasi Timur. Bahwa  $t$  hitung variabel produk sebesar  $-2,376 < t$  tabel sebesar 2,021, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya variabel produk tidak berpengaruh terhadap variabel tingkat pendapatan. Koefisien regresi variabel produk 0,085, artinya jika jumlah produk ditambah 1 unit maka tingkat pendapatan menurun sebesar -0,085%. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Koefisien bernilai negatif artinya tidak terjadi hubungan positif antara produk dan tingkat pendapatan.

### 2. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Tingkat Pendapatan

Berdasarkan analisis regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa harga berpengaruh terhadap tingkat pendapatan di Cafe Bray Bekasi Timur. Bahwa  $t$  hitung variabel harga sebesar  $27,735 > t$  tabel sebesar 2,021, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Artinya variabel harga berpengaruh terhadap variabel tingkat pendapatan. Koefisien regresi variabel harga 0,986, artinya jika harga dinaikkan 1 rupiah maka tingkat pendapatan meningkat sebesar 0,986%. Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dan tingkat pendapatan. Semakin harga sesuai pasaran maka tingkat pendapatan akan meningkat.

### 3. Pengaruh Variabel Lokasi Terhadap Tingkat Pendapatan

Berdasarkan analisis regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan di Cafe Bray Bekasi Timur. Bahwa  $t$  hitung variabel lokasi sebesar  $1,241 < t$  tabel sebesar  $2,021$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak. Artinya variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap variabel tingkat pendapatan. Koefisien regresi variabel lokasi  $0,030$ , artinya jika lokasi dijauhkan 1 area lebih jauh maka tingkat pendapatan meningkat sebesar  $0,030\%$ . Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga dan tingkat pendapatan. Semakin lokasi sesuai pasaran maka tingkat pendapatan akan meningkat.

### 4. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Tingkat Pendapatan

Berdasarkan analisis regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan di Cafe Bray Bekasi Timur. Bahwa  $t$  hitung variabel promosi sebesar  $-0,608 < t$  tabel sebesar  $2,021$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_4$  ditolak. Artinya variabel promosi tidak berpengaruh terhadap variabel tingkat pendapatan. Koefisien regresi variabel promosi  $-0,020$ , artinya jika promosi ditambah 1 tindakan maka tingkat pendapatan menurun sebesar  $-0,020\%$ . Dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Koefisien bernilai negatif artinya tidak terjadi hubungan positif antara promosi dan tingkat pendapatan.

#### 5. Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Tingkat Pendapatan

Berdasarkan uji F secara serentak variabel produk, harga, lokasi dan promosi terhadap tingkat pendapatan di Cafe Bray Bekasi Timur dengan F hitung sebesar 20,755 ini menunjukkan  $F_{hitung} (20,755) > F_{tabel} (2,605)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel produk, harga, lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (tingkat pendapatan).

#### 6. Penjelasan Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Untuk Meningkatkan Tingkat Pendapatan di Cafe Bray Bekasi Timur.

Pada tabel 4.7 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,95 ini artinya bahwa variabel tingkat pendapatan dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, lokasi, dan promosi sebesar 95% sedangkan sisanya ( $100\% - 95\% = 5\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain.

### **F. Perspektif Ekonomi Islam di Café Bray Bekasi Timur**

Cafe Bray merupakan toko yang fokus dalam penjualan aneka makanan dan minuman mulai dari impor hingga ekspor, semua bahan makanan dan minuman halal 100%. Cafe Bray ini mulai didirikan pada tahun 2005 oleh Mulyadi, yang bertempat di Bekasi. Dari tahun ke tahun usaha yang dirintisnya atas kerja keras dari pemilik cafe tersebut alhasil beliau mempunyai banyak orang karyawan-karyawati untuk saat ini.

Adapun untuk karyawati ada sebagian memakai hijab namun ada juga sebagian tidak memakai hijab. Mengingat pemilik Café Bray seorang muslim, sholat merupakan amalan perintah Alloh yang harus dikerjakan oleh hambanya maka di Café Bray menyediakan musholla. Ketika waktu sholat tiba, karyawan-karyawati bergantian untuk melaksanakan sholat.