

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Indomartco didirikan pada tahun 1988. Sebagai sebuah gerai yang diberi nama Indomart, Indomart didirikan dengan berbadan hukum PT. Indomartco Pristama. Indomart merupakan jaringan retail wirlaba Indonesia yang menyediakan berbagai macam-macam kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari dan melayani masyarakat umum yang bersifat majemuk serta memiliki luas toko sekitar 200 m². Indomart merupakan salah satu anak perusahaan salim group.

Saat ini Indomart berkembang sangat pesat dengan jumlah gerai mencapai lebih dari 15.000 gerai, terdiri dari 40% gerai milik terwaralaba dan 60% gerai milik perusahaan. Sebagian besar pasokan barang dagangan untuk seluruh gerai berasal dari 22 pusat distribusi Indomart yang menyediakan lebih dari 5.000 jenis produk.

Kini, keberadaan Indomart makin diperkuat dengan kehadiran indogrosir, anak perusahaan dengan konsep bisnis pusat perkulakan.

Objek penelitian ini dilakukan ditoko-toko cabang Indomart yang berada di desa Tamansari Merak. Adapun rincian sebagai berikut :

- 1) Indomart Pulatorida Merak I, didirikan pada tanggal 22 Juni 2002, kepala toko bernama Siti Nur Jannah.
- 2) Indomart Pulatorida Merak II, didirikan pada tanggal 17 februari 2010, kepala toko bernama Dani.
- 3) Indomart Pelabuhan Merak, didirikan pada tanggal 25 Maret 2017 , kepala toko bernama Santika.

1. Visi dan Budaya Perusahaan

Dalam proses pendirian dan pengembangannya, Indomart menetapkan hal-hal sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global.

b. Misi

Memberi loyalitas kepada pelanggan customer.

c. Moto

Mudah & Hemat

d. Budaya

Menjungjung tinggi nilai-nilai kejujuran, kebenaran dan keadilan, kerja sama kelompok, kemajuan melalui inovasi yang ekonomis serta mengutamakan kepuasan konsumen.

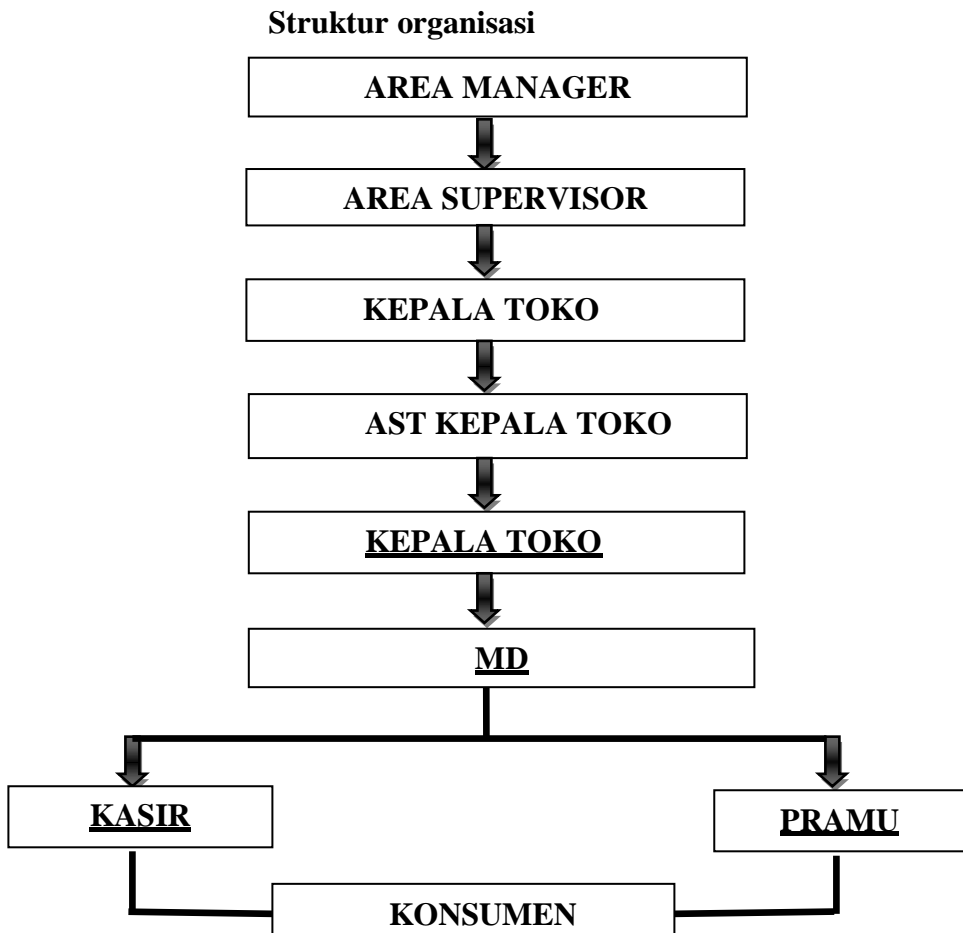
e. Esensi

pendekatan dengan senyuman yang tulus untuk membangun hidup lebih baik

2. Struktur Organisasi Toko Indomaret Desa Taman

Sari

Gambar 4.1



Sumber: Hasil Wawancara Dengan Kepala Toko (Ibu Siti Nurjannah) , Pada Tanggal 19 September 2018

B. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini karakteristik responden yang dipakai adalah usia, dan jenis kelamin.

1. **Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:**

Tabel 4.1
Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	15 – 22	10	20
2	23 – 30	20	40
3	31 – 40	9	18
4	>40	11	22
	Total	50	100

Sumber data: hasil penyebaran kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa kriteria responden berdasarkan usia konsumen Indomart Desa Taman Sari yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 23-30 tahun sebanyak 40%.

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	22	44
2	Perempuan	28	56
	Total	50	100

Sumber: Data Primer yang telah diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa kriteria responden berdasarkan jenis kelamin konsumen Indomart Desa Taman Sari sebagai responden sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebanyak 28 orang (56%) dan laki-laki sebanyak 22 orang (44%).

3. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan

dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Penghasilan

No	Penghasilan	Jumlah	Persentase (%)
1	<Rp. 500.000,00	5	10
2	>Rp. 500.000,00	10	20

3	>Rp. 1.00.000,00	10	20
4	>Rp. 2.000.000,00	10	20
5	>Rp. 3.000.000,00	15	30
	Total	50	100

Sumber data: hasil penyebaran kuesioner

Tabel di atas menunjukkan bahwa kriteria responden berdasarkan penghasilan konsumen Indomart Desa Taman Sari yang diambil sebagai responden sebagian besar berpenghasilan Rp. 3.000.000,00 sebanyak 30%.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan Analisis Korelasi. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS *versi 16.0 for Windows*. menunjukkan sebagai item yang valid. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

VARIABEL	ITEM	R hitung	Syarat	KETERANGAN
X1 (HARGA)	X1.1	0,465	➤ 0,300	VALID
	X1.2	0,495	➤ 0,300	VALID
	X1.3	0,413	➤ 0,300	VALID
	X1.4	0,364	➤ 0,300	VALID
	X1.5	0,641	➤ 0,300	VALID
	X1.6	0,642	➤ 0,300	VALID
	X1.7	0,485	➤ 0,300	VALID
	X1.8	0,648	➤ 0,300	VALID
X2 (LOKASI)	X2.1	0,487	➤ 0,300	VALID
	X2.2	0,622	➤ 0,300	VALID
	X2.3	0,656	➤ 0,300	VALID
	X2.4	0,646	➤ 0,300	VALID
	X2.5	0,638	➤ 0,300	VALID
	X2.6	0,363	➤ 0,300	VALID
	X2.7	0,425	➤ 0,300	VALID
	X2.8	0,527	➤ 0,300	VALID
	X2.9	0,549	➤ 0,300	VALID
	X2.10	0,744	➤ 0,300	VALID
Y (MINAT BELI)	Y1	0,377	➤ 0,300	VALID
	Y2	0,486	➤ 0,300	VALID
	Y3	0,571	➤ 0,300	VALID
	Y4	0,566	➤ 0,300	VALID
	Y5	0,622	➤ 0,300	VALID
	Y6	0,373	➤ 0,300	VALID
	Y7	0,560	➤ 0,300	VALID
	Y8	0,568	➤ 0,300	VALID

	Y9	0,449	➤ 0,300	VALID
	Y10	0,624	➤ 0,300	VALID

Sumber: hasil olah SPSS versi 16.0

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,300. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Hasil pengujian reliabilitas masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0.710	Reliabel
Lokasi (X2)	0,740	Reliabel
MinatBeli (Y)	0.723	Reliabel

Sumber : Data Primer yang telah diolah

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan Untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh harga dan lokasi terhadap minat beli, dimana variabel harga dan lokasi sebagai variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS For Windows versi 16.0. hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Koefisien korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.523 ^a	.273	.243	2.92687

a. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA

b. Dependent Variable: MINAT BELI

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa output SPSS versi 16.0 terlihat bahwa nilai R yaitu sebesar 523 (0,523%), dimana nilai koefisien korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara konstruk variabel independen Harga dan Lokasi dengan variabel dependen Minat Beli adalah sedang.

Analisis selanjutnya untuk mengetahui nilai koefisien regresi bisa dilihat pada tabel 4,7 dibawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.523	7.455		1.948	.057
	HARGA	.111	.170	.081	.653	.517
	LOKASI	.542	.130	.521	4.186	.000

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Dari hasil output tersebut diperoleh model persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

$$Y = 14,523 + 0.111 + 0.542$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

- a. Koefisien konstanta : 14,523
Artinya jika variabel harga (X_1) dan lokasi (X_2) adalah 0 maka minat beli konsumen (Y) adalah 14,523
- b. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_1 (Harga) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Harga (X_1) dengan Minat Beli (Y). Koefisien regresi variabel X_1 sebesar 0.111 menunjukkan bahwa apabila Harga (X_1) meningkat 1 persen maka Minat Beli (Y) akan meningkat sebesar 0,111 persen dengan asumsi variabel bebas yang lain konstan.
- c. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_2 (Lokasi) bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Motivasi Kerja (X_2) dengan Minat Beli

(Y). Koefisien regresi variabel X_2 sebesar 0.542 menunjukkan bahwa apabila Lokasi (X_2) meningkat 1 persen maka Minat Beli (Y) akan meningkat sebesar 0,651 persen dengan asumsi variable bebas yang lain konstan.

4. Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus bebas dari masalah penyimpangan terhadap asumsi klasik. Berikut ini adalah pengujian terhadap asumsi klasik dalam model regresi.

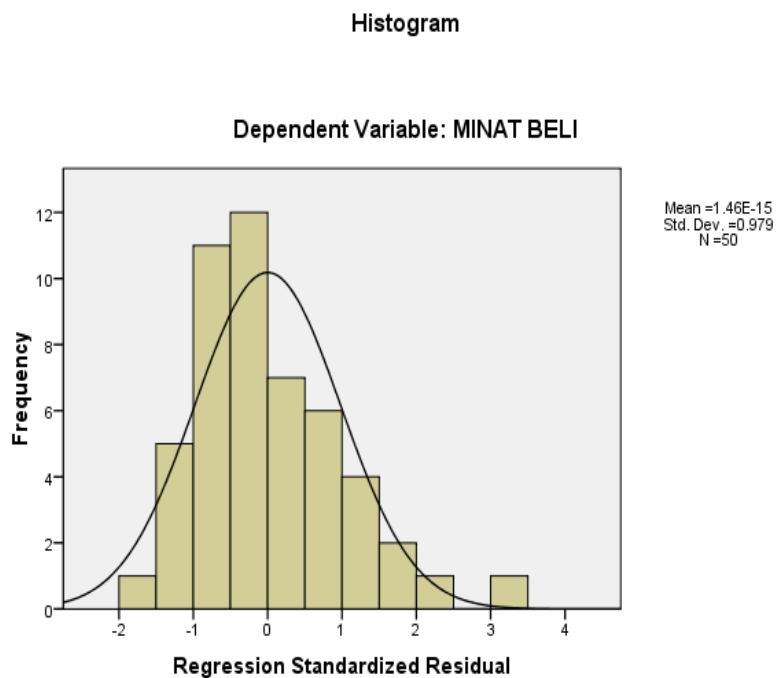
a. Uji Normalitas

Deteksi normalitas data digunakan dengan cara melihat penyebaran data (titik) pada diagonal dari *scatter diagram* (diagram penyebaran data). Dasar pengambilan keputusan yaitu jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis itu, maka model regresi memenuhi asumsi-asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, atau bahkan tidak mengikuti arah garis

diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS 16, uji normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan model histogram dan model grafik P-P Plot.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas Data dengan Histogram

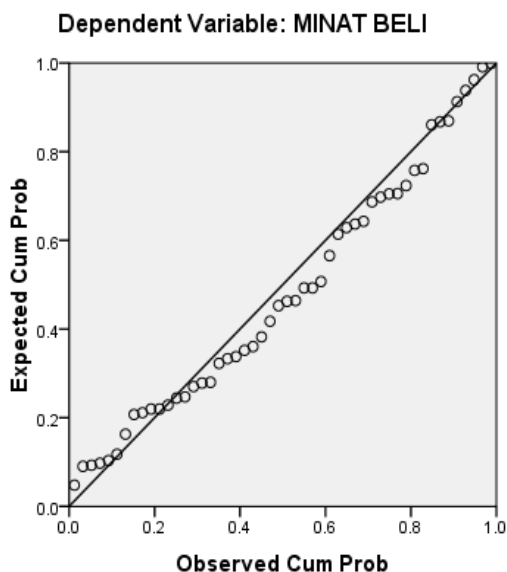


Berdasarkan gambar 4.2 di atas hasil dari output SPSS kurva pada gambar 4.2 tidak condong

(miring) ke kiri maupun ke kanan, namun cenderung di tengah dan berbentuk seperti lonceng. Maka gambar memiliki kecenderungan terdistribusi secara normal, dan dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan. Sedangkan pengujian dengan menggunakan P-Plot, terlihat berikut ini :

Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



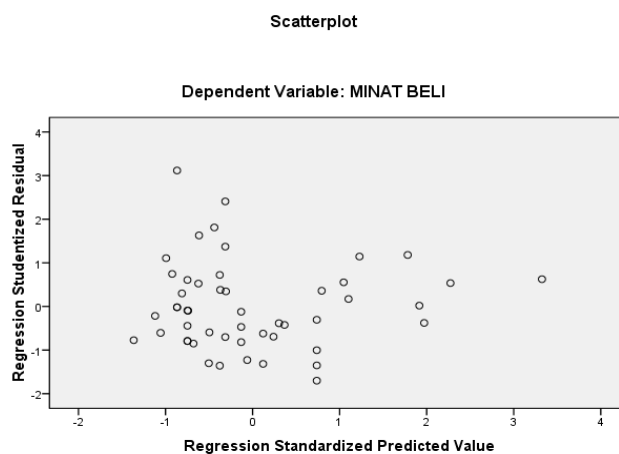
Berdasarkan hasil olahan data yang terlihat pada gambar di atas, diperoleh bahwa data menyebar

di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis itu, maka model regresi memenuhi asumsi-asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Scatter Plot. Jika tidak terdapat variabel yang signifikan maka dapat disimpulkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian pada lampiran sebagaimana juga pada Gambar 4.4 berikut:

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas, yang berarti bahwa tidak ada gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

5. Uji Goodness of Fit

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari Goodness of fit-nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berbeda dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berbeda dalam daerah dimana H_0 diterima.

a. Koefisien Determinasi

Perhitungan statistic koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS For

Windows Versi 16.0. hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya dapat di lihat tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.523 ^a	.273	.243	2.92687

a. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA

b. Dependent Variable: MINAT BELI

Dari hasil Uji SPSS 16.0 nilai R Square sebesar 273 (27,3%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang diteliti (Harga dan Lokasi) memberikan pengaruh terhadap Minat Beli sebesar 27,3%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 72,7% dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti Pelayanan, Produk, Promosi dan lain-lain.

b. Pengujian hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel-variabel bebas secara bersama-sama atas suatu variabel terikat digunakan uji F. Hasil pengujian

hipotesis secara simultan dengan menggunakan spss

16.0 adalah sebagai berikut:

Table 4.9
Uji Hipotesis Secara Simultan uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151.553	2	75.776	8.846	.001 ^a
	Residual	402.627	47	8.567		
	Total	554.180	49			

a. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA

b. Dependent Variable: MINAT BELI

Berdasarkan output tersebut dapat diketahui bahwa nilai F-hitung sebesar 8,846. Adapun nilai F-tabel pada tingkat signifikansi 10% dan degree of freedom (df1) sebesar $k - 1$ ($3 - 1 = 2$) dan derajat bebas penyebut (df2) sebesar $n - k$ ($50 - 3 = 47$) adalah sebesar 2,42. Jika kedua nilai ini dibandingkan maka nilai f hitung lebih besar dari F-tabel ($8,846 > 2,42$). Dengan hasil perbandingan $8,846 > 2,42$ (F-hitung $>$ F-tabel) sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independent (Harga dan Lokasi) memiliki

pengaruh yang sangat signifikan terhadap variabel dependent (Minat Beli).

c. Pengujian Hipotesis Secara Parsial Uji t

Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial dilakukan pengujian koefisien regresi dengan menggunakan statistik Uji t. Penentuan hasil pengujian (penerimaan/ penolakan H_0) dapat dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel atau juga dapat dilihat dari nilai signifikansinya. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan spss adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Hipotesis Pesial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.523	7.455		1.948	.057
	HARGA	.111	.170	.081	.653	.517
	LOKASI	.542	.130	.521	4.186	.000

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Bedasarkan output tersebut dapat kita lihat nilai t-tabel yang diperoleh setiap variabel. Untuk membuat kesimpulan menerima atau menolak H_0 , terlebih dahulu harus ditentukan nilai-nilai t-tabel yang akan digunakan. Nilai ini bergantung pada besarnya degree of freedom (df) dan tingkat signifikansi yang digunakan. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 10% dan nilai df sebesar $n - k$ ($50 - 3 = 47$) diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,678 .

Hasil pengujian pengaruh setiap variabel independent (Harga dan Lokasi) terhadap variabel dependent (Minat Beli) di Indomaret Desa Taman Sari Merak sebagai berikut:

1) Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

Berdasarkan output diketahui nilai t-hitung sebesar 0,653. Jika dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,678 maka t-hitung yang diperoleh jauh lebih kecil dari nilai t-tabel. Sehingga H_0 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap minat beli.

2) Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli

Berdasarkan output diketahui nilai t-hitung sebesar 4,186. Jika dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,678 maka t-hitung yang diperoleh jauh lebih besar dari nilai t-tabel. Sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

D. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian ini yang dilakukan dengan hasil yang cukup memuaskan. Hasil data yang telah dianalisis menunjukkan bahwa F hitung sebesar 8,846 > dari F tabel 2,42, dan angka koefisien determinasi yang dilakukan pada uji determinasi diperoleh nilai r square sebesar 0,273, hasil ini menunjukkan bahwa variabel yang diteliti variabel Harga dan Lokasi memberikan pengaruh terhadap minat beli sebesar 27,3%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 72,7%

dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Sedangkan secara Parsial variabel X_1 (Harga) tidak berpengaruh terhadap minat beli dengan hasil uji t tabel $>$ dari t hitung yaitu $1,678 > 0,653$. Hasil tersebut didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Efendi Guntur tentang tujuan penetapan harga, salah satunya merupakan tujuan yang berorientasi pada citra, dimana citra suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra perusahaan. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk nilai tertentu, misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga terendah di suatu wilayah tertentu. Dalam upaya untuk mencapai tujuan perusahaan pemasaran yang baik maka perlu strategi pemasaran yang tepat termasuk di dalamnya adalah penetapan harga dengan memperhatikan perubahan perilaku konsumen. Harga-harga di Indomart yang berada di desa Tamansari-Merak cukup bersaing

dengan perusahaan retail sejenisnya, sehingga apabila terjadi kenaikan ataupun penurunan harga suatu saat tidak akan berpengaruh terhadap minat beli, karena harga bersifat sensitif apabila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka.

Berdasarkan yang telah peneliti lakukan mengenai pengaruh harga terhadap minat beli, bahwasanya tidak terdapat pengaruh signifikan. Berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ali Ma'ruf pada tahun 2017 tentang pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli konsumen. Bahwasanya harga meningkat satu-satuan, maka minat beli akan naik sebesar 0,169 dengan asumsi variabel lain konstan.

Sedangkan secara Parsial variabel X_2 (Lokasi) berpengaruh terhadap minat beli sebesar 4,186. Hasil tersebut didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono terdapat beberapa indikator Lokasi yang dapat menarik minat beli. Masyarakat untuk membeli di Indomart Desa Tamansari-Merak, di antaranya Lokasi

Indomart tersebut mudah di jangkau transportasi, tempat yang dapat dilihat dengan jelas, banyak orang yang lalu lalang (jalan utama), kepadatan masyarakat, tempat parkir yang luas, nyaman dan aman dan tempat yang cukup luas, apabila ada perluasan dikemudian hari.sehingga variabel Lokasi berpengaruh terhadap minat beli, karena konsumen akan lebih memilih tempat yang lebih terjangkau atau dekat dan ekonomis.

Harga dan Lokasi sangat erat kaitannya dengan minat beli, karena apabila harga terjangkau, sedangkan lokasi jauh, maka konsumen akan memilih lokasi yang lebih dekat dengan harga yang tidak jauh beda atau sama begitu juga sebaliknya. Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian penulis menyakini bahwa lokasi yang dekat dan harga yang terjangkau akan lebih menarik minat beli konsumen di desa Tamansari-Merak. Jadi menurut peneliti variabel yang berpengaruh terhadap Minat Beli yaitu variabel Lokasi.