

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Banua Asam merupakan salah satu desa yang berada di wilayah Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah Provinsi Kalimantan Selatan. Desa Banua Asam berada 15 m di atas permukaan Laut dan terletak sejauh 2 km dari kecamatan Pandawan dan 4 km dari Ibu Kota Kabupaten Hulu Sungai Tengah yaitu Barabai. Sedangkan jarak Desa Banua Asam dengan Ibu Kota Provinsi Kalimantan Selatan adalah 168 km. Adapun batas wilayah Desa Banua Asam adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Mahang Putat
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Barabai
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Banua Hanyar
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Palajau

Desa Banua Asam mempunyai luas wilayah 1,99 km² yang terdiri dari 4 RT dan 3 RW dengan jumlah penduduk 1.331 jiwa. Desa Banua Asam Memiliki 466 KK. Sebagian besar penduduknya bekerja sebagai swasta dan ibu rumah tangga dan sebagian yang lainnya ada yang berkerja sebagai petani dan PNS.

2. Sejarah singkat Singkat Pasar Tradisional keramat Manjang

Pasar Keramat Berlokasi Di Kecamatan Barabai, terletak dipusat Ibu Kota Kabupaten Hulu Sungai Tengah yang merupakan pusat perbelanjaan masyarakat sebenua 6 (enam) yang menjadi perharian pemerintah daerah, pada saat ini dibangun pasar tradisional modern yang satu-satunya berada dikalimantan selatan. Alamat pasar Keramat Manjang ini di Jl. Pasar Keramat Barabai Kelurahan Barabai Utara Kecamatan Barabai. Status kepemilikan tanah adalah Hak Milik Pemerintah Daerah dengan luas lahan 76.475 M2. Jumlah bangunan Toko sebanyak 997 buah, los 367 buah,, dasaran 91 buah. Jumlah retribusi pasar adalah 1.322 wajib terribusi.

Kota ini memiliki julukan “ Paris Van Borneo.” Barabai merupakan pusat pemerintahan dan perdagangan di HST. Kota ini memiliki daya tarik secara ekonomi dan sosial terhadap daerah lainnya yang menjadi penopang kota ini. Secara ekonomi, Barabai merupakan kota generatif yaitu kota yang menjalankan berbagai fungsi, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk wilayah belakannya sehingga bersifat saling mengebangkan. Barabai memasarkan produksi dan memenuhi kebutuhan wilayah belakang. Barabai memang peran sentral untuk melakukan distribusi barang dan jasa untuk daerah sekitarnya ini ditunjukan dari adanya dua pasar grosir yaitu Pasar Lama dan Pasar Baru. Pusat Perkantoran Pemda HST terpusat disini, walaupun banyak perkantorannya yang terbesar diluar kota. Banyaknya jumlah pegawai baik dari sektor pemerintah, swasta dan sektor informal lainnya juga mendorong besarnya volume perdagangan dikota ini. Barabai sebagai pusat perdagangan juga ditunjukkan dengan adanya dua pasar terbesar di HST yang dikenal sebagai Pasar Murakata atau Pasar Lama dan Pasar Keramat. Kedua pasar

sudah terdifrensiasi, Pasar Murakata didesain sebagai pusat perbelanjaan modern sementara Pasar Keramat di desain sebagai pusat perbelanjaan Tradisional/semi moderen. Barabai merupakan sebuah kota tua yang ada di HST, kota yang merupakan ibu kota dari distrik Labuan Amas. Dan distrik ini kemudian membentuk Kabupaten Hulu Sungai Tengah dan memisahkan diri dari HSS pada tahun 1956.

1. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan melalui penyebaran angket kepada masyarakat di Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah yang menjadi responden. Jumlah angket yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel di penelitian ini.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Responden	Jumlah	Persentase %
1	Laki-laki	33	33%
2	Perempuan	67	67%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi subjek atau responden terdiri dari laki-laki sebanyak 33 orang (33%) dan perempuan sebanyak 67 orang (67%). Sehingga dapat ditarik kesimpulan kebanyakan responden berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia:

Pengelompokkan usia dari responden dalam penelitian ini terbagi menjadi empat kelompok yang dapat dilihat pada table 3.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Jumlah	Presentase %
1	Dibawah 20 tahun	0	0%
2	21 – 30 tahun	15	15%
3	31 – 40 tahun	52	52%
4	41 -50 tahun	33	33%

Sumber: Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi subjek atau responden terdiri dari kategori masa dewasa awal yang berusia 21-30 tahun sebanyak 15 orang (15%), dari kategori dewasa akhir 31-40 tahun sebanyak 52 orang (52%), dari kategori lanjut usia awal 41-50 tahun sebanyak 33 orang (33%).

3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Presentase
1	SD	32	32%
2	SMP	28	28%
3	SMA	25	25%
4	S1	15	15%

Sumber: Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi subjek atau responden yang pendidikan SD sebanyak 32 orang (32%), SMP

sebanyak 28 orang (28%), SMA sebanyak 25 orang (25%), dan S1 sebanyak 15 orang (15%).

2. Diskripsi Hasil Penelitian

a. Variabel Kelompok Acuan (X1)

Variabel kelompok acuan terdiri dari 2 pernyataan

1. Tabel saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena rekomendasi dari keluarga.

Tabel 4.4

**Saya Memilih Pasar Tradisional Sebagai Tempat Berbelanja Karena
Rekomendasi Dari Keluarga**

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	2	2%
2	Tidak setuju	8	8%
3	Netral	30	30%
4	Setuju	39	39%
5	Sangat setuju	21	21%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena rekomendasi dari keluarga adalah sebanyak 2 atau 2% yang menyatakan sangat tidak setuju, 8 orang atau 8% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 30 orang atau 30%, menyatakan setuju 39 orang atau 39%, dan yang menyatakan sangat setuju 21 orang atau 21%. Hal ini menunjukkan bahwa saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena rekomendasi dari keluarga Setuju yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

2. Tabel saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena rekomendasi dari teman atau rekan kerja

Tabel 4.5

Saya Memilih Pasar Tradisional Sebagai Tempat Berbelanja Karena Rekomendasi Dari Teman Atau Rekan Kerja

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	1	1%
2	Tidak setuju	10	10%
3	Netral	33	33%
4	Setuju	36	36%
5	Sangat setuju	20	20%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena rekomendasi dari teman atau rekan kerja adalah sebanyak 1 atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, 10 orang atau 10% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 33 orang atau 33%, menyatakan setuju 36 orang atau 36%, dan yang menyatakan sangat setuju 20 orang atau 20%. Hal ini menunjukkan bahwa saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena rekomendasi dari teman atau rekan kerja yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

b. Variabel Kelas Sosial (X2)

Variabel Kelas Sosial terdiri dari 2 pernyataan

1. Tabel Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena disini saya merasa mencerminkan gaya hidup saya.

Tabel 4.6

Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena disini saya merasa mencerminkan gaya hidup saya

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	3	3%

2	Tidak setuju	3	3%
3	Netral	9	9%
4	Setuju	48	48%
5	Sangat setuju	37	37%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena disini saya merasa mencerminkan gaya hidup saya adalah sebanyak 3 atau 3% yang menyatakan sangat tidak setuju, 3 orang atau 3% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 9 orang atau 9%, menyatakan setuju 48 orang atau 48%, dan yang menyatakan sangat setuju 37 orang atau 37%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena disini saya merasa mencerminkan gaya hidup saya yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

2. Tabel Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena saya merasa penghasilan saya peroleh cukup untuk memenuhi kebutuhan saya dengan berbelanja disini.

Tabel 4.7

Saya Memilih Pasar Tradisional Sebagai Tempat Berbelanja Karena Saya Merasa Penghasilan Saya Peroleh Cukup Untuk Memenuhi Kebutuhan Saya Dengan Berbelanja Disini.

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	2	2%
2	Tidak setuju	4	4%
3	Netral	11	11%
4	Setuju	44	44%

5	Sangat setuju	39	39%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena saya merasa penghasilan saya peroleh cukup untuk memenuhi kebutuhan saya dengan berbelanja disini yang diberikan adalah sebanyak 2 atau 2% yang menyatakan sangat tidak setuju, 4 orang atau 4% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 11 orang atau 11%, menyatakan setuju 44 orang atau 44%, dan yang menyatakan sangat setuju 39 orang atau 39%. Hal ini menunjukkan bahwa saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena saya merasa penghasilan saya peroleh cukup untuk memenuhi kebutuhan saya dengan berbelanja disini yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

c. Variabel Harga (X3)

Variable Harga terdiri dari 2 pernyataan

1. Tabel Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena harga yang ditawarkan lebih terjangkau

Tabel 4.8

Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena harga yang ditawarkan lebih terjangkau

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	6	6%
3	Netral	11	11%
4	Setuju	42	42%
5	Sangat setuju	41	41%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena harga yang ditawarkan lebih terjangkau adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 6 orang atau 6% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 11 orang atau 11%, menyatakan setuju 42 orang atau 42%, dan yang menyatakan sangat setuju 41 orang atau 41%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena harga yang ditawarkan lebih terjangkau yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

2. Tabel Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas.

Tabel 4.9

Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	7	7%
3	Netral	14	14%
4	Setuju	42	42%
5	Sangat setuju	37	37%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 7 orang atau 7% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 14 orang atau 14%, menyatakan setuju 42 orang atau 42%, dan yang menyatakan sangat setuju 37 orang atau 37%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya

memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

d. Variabel Produk (X4)

Variabel Produk terdiri dari 2 pernyataan

1. Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena produk yang ada dipasar tradisional lengkap

Tabel 4.10

Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena produk yang ada dipasar tradisional lengkap

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	14	14%
3	Netral	30	30%
4	Setuju	43	43%
5	Sangat setuju	13	13%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena produk yang ada dipasar tradisional lengkap adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 14 orang atau 14% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 30 orang atau 30%, menyatakan setuju 43 orang atau 43%, dan yang menyatakan sangat setuju 13 orang atau 13%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena produk yang ada dipasar tradisional lengkap yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab

setuju.

2. Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena produk yang ditawarkan berkualitas

Tabel 4.11

Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena produk yang ditawarkan berkualitas

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	19	19%
3	Netral	33	33%
4	Setuju	35	35%
5	Sangat setuju	13	13%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena produk yang ditawarkan berkualitas adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 19 orang atau 19% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 33 orang atau 33%, menyatakan setuju 35 orang atau 35%, dan yang menyatakan sangat setuju 13 orang atau 13%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena produk yang ditawarkan berkualitas yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

e. Variabel Pelayanan (X5)

Variabel Pelayanan terdiri dari 2 pernyataan

1. Tabel Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lebih cepat dan tanggap dalam melayani

Tabel 4.12

Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lebih cepat dan tanggap dalam melayani

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	9	9%
3	Netral	21	21%
4	Setuju	55	55%
5	Sangat setuju	15	15%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lebih cepat dan tanggap dalam melayani adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 9 orang atau 9% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 21 orang atau 21%, menyatakan setuju 55 orang atau 55%, dan yang menyatakan sangat setuju 15 orang atau 15%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lebih cepat dan tanggap dalam melayani yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

2. Tabel Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena dalam berkomunikasi dan perhatian individual terhadap saya

Tabel 4.13

Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena dalam berkomunikasi dan perhatian individual terhadap saya

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	6	6%
3	Netral	25	25%
4	Setuju	54	54%
5	Sangat setuju	15	15%

	Total	100	100%
--	-------	-----	------

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena dalam berkomunikasi dan perhatian individual terhadap saya adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 14 orang atau 14% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 30 orang atau 30%, menyatakan setuju 43 orang atau 43%, dan yang menyatakan sangat setuju 13 orang atau 13%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena dalam berkomunikasi dan perhatian individual terhadap saya yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

f. Variabel Fasilitas (X6)

Variabel Fasilitas terdiri dari 2 pernyataan

1. Tabel Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena adanya fasilitas portal pada saat keluar masuk pasar

Tabel 4.14

Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena adanya fasilitas portal pada saat keluar masuk pasar

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	7	7%
3	Netral	11	11%
4	Setuju	43	43%
5	Sangat setuju	39	39%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden

mengenai Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena adanya fasilitas portal pada saat keluar masuk pasar adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 7 orang atau 7% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 11 orang atau 11%, menyatakan setuju 43 orang atau 43%, dan yang menyatakan sangat setuju 39 orang atau 39%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena adanya fasilitas portal pada saat keluar masuk pasar yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

2. Tabel Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena fasilitasnya itu lengkap

Tabel 4.15

Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena fasilitasnya itu lengkap

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	5	5%
3	Netral	13	13%
4	Setuju	42	42%
5	Sangat setuju	40	40%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena fasilitasnya itu lengkap adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 5 orang atau 5% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 13 orang atau 13%, menyatakan setuju 42 orang atau 42%, dan yang menyatakan sangat setuju 40 orang atau 40%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya memilih pasar

tradisional sebagai tempat berbelanja karena fasilitasnya itu lengkap yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

g. Variabel Lokasi (X7)

Variabel Lokasi terdiri dari 2 pernyataan

1. Tabel Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lokasi yang strategis

Tabel 4.16
Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lokasi yang strategis

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	4	4%
3	Netral	11	11%
4	Setuju	67	67%
5	Sangat setuju	18	18%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lokasi yang strategis adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 4 orang atau 4% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 11 orang atau 11%, menyatakan setuju 67 orang atau 67%, dan yang menyatakan sangat setuju 18 orang atau 18%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lokasi yang strategis yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

2. Tabel Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lokasi yang dapat dijangkau dengan berbagai macam

kendaraan

Tabel 4.17

Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lokasi yang dapat dijangkau dengan berbagai macam kendaraan

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	8	8%
3	Netral	6	6%
4	Setuju	70	70%
5	Sangat setuju	16	16%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lokasi yang dapat dijangkau dengan berbagai macam kendaraan adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 8 orang atau 8% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 6 orang atau 6%, menyatakan setuju 70 orang atau 70%, dan yang menyatakan sangat setuju 16 orang atau 16%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja karena lokasi yang dapat dijangkau dengan berbagai macam kendaraan yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

h. Variabel Keputusan Masyarakat (Y)

Variabel Pelayanan terdiri dari 3 pernyataan

1. Tabel Saya sebelum berbelanja dipasar tradisional, saya aktif mencari informasi tentang pasar tradisional atau tempat berbelanja yang lain

Tabel 4.18

Saya sebelum berbelanja dipasar tradisional, saya aktif mencari informasi tentang pasar tradisional atau tempat berbelanja yang lain

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	6	6%
3	Netral	3	3%
4	Setuju	60	60%
5	Sangat setuju	31	31%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya sebelum berbelanja dipasar tradisional, saya aktif mencari informasi tentang pasar tradisional atau tempat berbelanja yang lain adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 6 orang atau 6% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 3 orang atau 3%, menyatakan setuju 60 orang atau 60%, dan yang menyatakan sangat setuju 31 orang atau 31%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya sebelum berbelanja dipasar tradisional, saya aktif mencari informasi tentang pasar tradisional atau tempat berbelanja yang lain yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

2. Tabel Saya merasa puas setelah berbelanja dipasar tradisional

Tabel 4.19

Saya merasa puas setelah berbelanja dipasar tradisional

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	5	5%
3	Netral	12	12%
4	Setuju	53	53%
5	Sangat setuju	30	30%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya merasa puas setelah berbelanja dipasar tradisional adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 5 orang atau 5% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 12 orang atau 12%, menyatakan setuju 53 orang atau 53%, dan yang menyatakan sangat setuju 30 orang atau 30%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya merasa puas setelah berbelanja dipasar tradisional yang dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju.

2. Tabel Saya merasa keputusan saya berbelanja dipasar tradisional merupakan keputusan yang tepat

Tabel 4.20

Saya merasa keputusan saya berbelanja dipasar tradisional merupakan keputusan yang tepat

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Presentase %
1	Sangat tidak setuju	0	0%
2	Tidak setuju	3	3%
3	Netral	15	15%
4	Setuju	42	42%
5	Sangat setuju	40	40%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden mengenai Saya merasa keputusan saya berbelanja dipasar tradisional merupakan keputusan yang tepat adalah sebanyak 0 atau 0% yang menyatakan sangat tidak setuju, 3 orang atau 3% yang menyatakan tidak setuju, menyatakan netral 15 orang atau 15%, menyatakan setuju 42 orang atau 42%, dan yang menyatakan sangat setuju 40 orang atau 40%. Hal ini menunjukkan bahwa Saya merasa keputusan saya berbelanja dipasar tradisional merupakan keputusan yang tepat yang dilihat dari

banyaknya responden yang menjawab setuju.

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan. Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu pengukur dikatakan valid jika alat itu dipakai untuk mengukur sesuatu dengan kegunaanya (Tika, 2006, hlm. 65). Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurnya atau telah benar-benar mencerminkan variabel yang diukur (Hadi, 1991 dalam Bawono, 2006: 68). Item kuisiner dinyatakan valid apabila nilai *pearson correlation* berbintang dua dengan tingkat signifikansi pada level 5% dan berbintang satu dengan tingkat signifikansi pada level 1%.

Tabel 4.21
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Total Score Correlation	Keterangan
Kelompok Acuan	Butir 1	.928**	Valid
	Butir 2	.926**	Valid
Kelas Sosial	Butir 1	.977**	Valid
	Butir 2	.977**	Valid
Harga	Butir 1	.961**	Valid
	Butir 2	.964**	Valid
Produk	Butir 1	.966**	Valid
	Butir 2	.970**	Valid
Pelayanan	Butir 1	.946**	Valid
	Butir 2	.940**	Valid
Fasilitas	Butir 1	.979**	Valid
	Butir 2	.977**	Valid

Lokasi	Butir 1	.959**	Valid
	Butir 2	.966**	Valid
Keputusan Masyarakat	Butir 1	.837**	Valid
	Butir 2	.962**	Valid
	Butir 3	.913**	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.21 di atas, dapat bahwa diketahui semua pertanyaan yang digunakan dalam kuisioner adalah valid, semua item pertanyaan dalam variabel berbintang dua yang menunjukkan signifikan pada level 5% , sehingga tidak ada item pertanyaan yang dihapus dan semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

b. Uji Realibitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih (Supardi, 2005: 159). Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* yang dimana kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha* $\geq 0,60$ (Kuncoro, 2013: 181). Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kelompok Acuan (X1)	0.836	Reliabel
Kelas Sosial (X2)	0.953	Reliabel
Harga (X3)	0.921	Reliabel
Produk (X4)	0.932	Reliabel
Pelayanan (X5)	0.875	Reliabel

Fasilitas (X6)	0.954	Reliabel
Lokasi (X7)	0.919	Reliabel
Keputusan Masyarakat (Y)	0.889	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.21 terlihat seluruh variabel memiliki *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$. Dengan demikian variabel, Kelompok Acuan, Kelas Sosial, Harga, Produk, Pelayanan dan Keputusan Masyarakat dapat dikatakan handal atau reliabel.

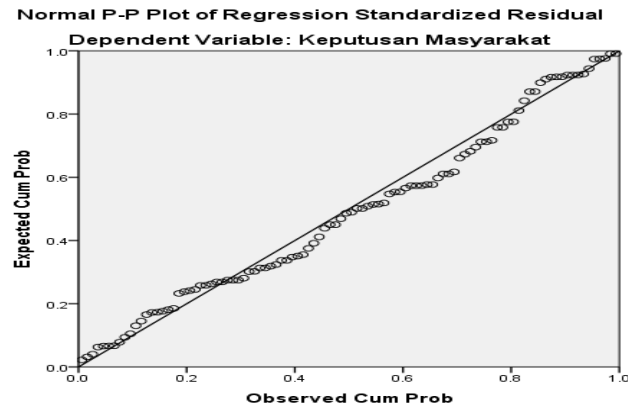
4. Uji Asumsi Klasik

Menurut Bawono (2006) uji asumsi klasik merupakan tahapan yang penting dalam analisis regresi. Apabila tidak terdapat gejala asumsi klasik diharapkan dapat dihasilkan model regresi yang handal sesuai dengan kaedah BLUE (*Best Unbiased Estimator*), yang menghasilkan model regresi yang tidak bias dan handal sebagai penaksir. Pelanggaran terhadap asumsi klasik berarti model regresi yang diperoleh tidak banyak bermanfaat dan kurang valid. Uji asumsi klasik terdiri dari *Multicolinearity*, *Heterocendasticity*, *Linearity*, dan *Normality*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *pengganggu* atau residual mengikuti distribusi normal.

Gambar 4.1
Garfik Normal Plot



Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 4.23

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.85494155
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.801
Asymp. Sig. (2-tailed)		.542

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dengan melihat tampilan grafik histogram dan grafik normal plot dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi normal. Pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang

menunjukkan pola distribusi normal. Selain itu pada uji *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan bahwa residual data yang di dapat berdistribusi normal, yang ditunjukkan oleh nilai *Kolmogrov-Smirnov* signifikan > 0,05. Dengan demikian, model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

b. Multikolonieritas

Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah ditemukan *adanya* korelasi antar variabel bebas (*independen*) (Ghozali, 2013: 105).

Adapun hasil uji multikolonieritas sebagai berikut:

Tabel 4.24
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.118	.593		1.885	.063		
1 Kelompok Acuan	.217	.082	.182	2.635	.010	.374	2.675
Kelas Sosial	.251	.125	.212	2.017	.047	.160	6.240
Harga Produk	.174	.071	.139	2.464	.016	.562	1.779
Pelayanan	.160	.073	.135	2.193	.031	.472	2.120
Fasilitas	.187	.082	.133	2.296	.024	.529	1.889
Lokasi	.249	.121	.198	2.055	.043	.192	5.215
	.202	.093	.130	2.182	.032	.503	1.988

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Hasil perhitungan dari tabel 4.23 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* juga menunjukkan tidak ada variabel *independen* yang

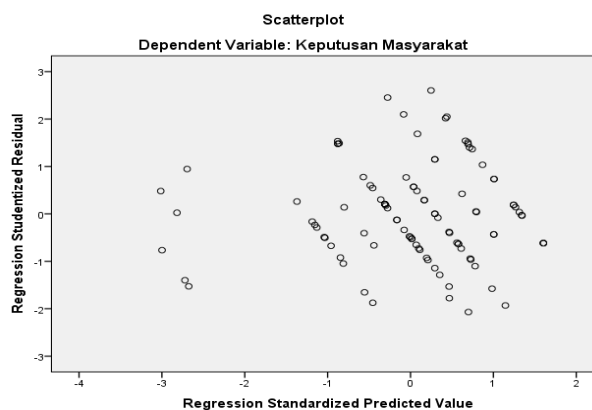
memiliki nilai tolerance kurang dari 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan bahwa semua variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari (>10). Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2013).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi *ketidaksamaan* variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2013, hlm. 139).

Gambar 4.2

Grafik uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah: 2021

Dasar analisa uji heteroskedastisitas dengan *grafik* plot adalah jika titik dalam grafik tersebar (tidak membentuk pola) maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola yang teratur. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa pada data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya dalam fungsi regresi di penelitian ini tidak muncul gangguan karena varian yang tidak sama.

Tabel 4.25
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.647	.341		1.898	.061
Kelompok Acuan	-.008	.047	-.026	-.161	.872
Kelas Sosial	-.119	.072	-.408	-1.656	.101
1 Harga	-.064	.041	-.207	-1.571	.120
Produk	.069	.042	.237	1.650	.102
Pelayanan	-.025	.047	-.073	-.537	.592
Fasilitas	.134	.070	.434	1.929	.057
Lokasi	.022	.053	.057	.412	.681

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji park pada tabel 4.24 diatas, nilai signifikan (sig) masing-masing variabel > 0.05 . hal ini menunjukkan bahwa model yang dipakai tidak terjadi *gejala* heteroskedastisitas.

5. Regresi Linear Berganda

a. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Data yang baik seharusnya

memiliki hubungan linear antara variabel dependen dan variabel independen. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Linearity* pada taraf signifikan < 0.05 Adapun hasil output perhitungan uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.26
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	290.931	7	41.562	25.225	.000
Keputusan * Masyarakatan * Kelompok Acuan	259.740	1	259.740	157.648	.000
Linearity					
Deviation from Linearity	31.190	6	5.198	3.155	.007
Within Groups	151.579	92	1.648		
Total	442.510	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan uji linieritas diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel mempunyai hubungan yang linear, karna signifikansi (*Linearity*) menunjukkan skor sebesar 0,000 yang artinya kurang dari 0.05.

Tabel 4.27
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.

	(Combined)	322.921	6	53.820	41.854	.000
Keputusan Masyarakat * Kelas Sosial	Between Groups Deviation from Linearity	303.197	1	303.197	235.786	.000
	Within Groups	19.725	5	3.945	3.068	.013
	Total	119.589	93	1.286		
		442.510	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan uji linearitas diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel mempunyai hubungan yang linear, karna signifikansi (*Linearity*) menunjukkan skor sebesar 0,000 yang artinya kurang dari 0.05.

Tabel 4.28

Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	196.816	6	32.803	12.416	.000
Keputusan Masyarakat * Harga	Between Groups Deviation from Linearity	183.234	1	183.234	69.358	.000
	Within Groups	13.582	5	2.716	1.028	.406
	Total	245.694	93	2.642		
		442.510	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan uji linearitas diatas, dapat disimpulkan bahwa semua

variabel mempunyai hubungan yang linier, karna signifikansi (*Linearity*) menunjukkan skor sebesar 0,000 yang artinya kurang dari 0.05.

Tabel 4.29

Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			269.372	5	53.874	29.250	.000
Keputusan Masyarakat * Produk	Between Groups	Linearity	218.186	1	218.186	118.458	.000
	Groups	Deviation from Linearity	51.187	4	12.797	6.948	.000
Within Groups			173.138	94	1.842		
Total			442.510	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan uji linieritas diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel mempunyai hubungan yang linier, karna signifikansi (*Linearity*) menunjukkan skor sebesar 0,000 yang artinya kurang dari 0.05.

Tabel 4.30

Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Masyarakat * Pelayanan	Between (Combined)		226.692	6	37.782	16.281	.000
	Groups	Linearity	195.607	1	195.607	84.291	.000

Deviation from Linearity	31.085	5	6.217	2.679	.026
Within Groups	215.818	93	2.321		
Total	442.510	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan uji linearitas diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel mempunyai hubungan yang linear, karna signifikansi (*Linearity*) menunjukkan skor sebesar 0,000 yang artinya kurang dari 0.05.

Tabel 4.31
Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	313.634	6	52.272	37.721	.000
Keputusan Masyarakat * Fasilitas Between Groups Linearity	283.969	1	283.969	204.918	.000
Deviation from Linearity	29.665	5	5.933	4.281	.002
Within Groups	128.876	93	1.386		
Total	442.510	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan uji linearitas diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel mempunyai hubungan yang linear, karna signifikansi (*Linearity*) menunjukkan skor sebesar 0,000 yang artinya kurang dari 0.05.

Tabel 4.32
Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	231.021	6	38.504	16.932	.000

Keputusan Masyarakat * Lokasi	Between Groups	Linearity	217.002	1	217.002	95.424	.000
	Within Groups	Deviation from Linearity	14.020	5	2.804	1.233	.300
	Total		211.489	93	2.274		
			442.510	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan uji linearitas diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel mempunyai hubungan yang linear, karna signifikansi (*Linearity*) menunjukkan skor sebesar 0,000 yang artinya kurang dari 0.05.

6. Uji Hepotesis

a. Uji Koefisien Determasi (R^2)

Menurut Bawono (2006), koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependent (Y) Dengan Variabel Independent (X1, X2, X3, X4, X5, X6, dan X7), atau sejauh mana kontribusi variable independen (X1, X2, X3, X4, X5, X6, dan X7) mempengaruhi variable dependen (Y). Pengujian ini dengan melihat R^2 pada hasil analisa persamaan regresi yang diperoleh. Apabila angka koefisien determinan (R^2) semakin mendekati angka 1 berarti model regresi yang digunakan sudah semakin tetap sebagai model penduga terhadap variabel dependent.

Tabel 4.33
Hasil Uji R^2
Model Summary

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.915 ^a	.836	.824	.887

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pelayanan, Kelompok Acuan, Harga, Produk, Fasilitas, Kelas Sosial

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel di atas diketahui nilai koefisien korelasi R sebesar : 0.915. Hal tersebut menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,836 yang menjelaskan bahwa variabel independen berkontribusi mempengaruhi variabel dependen sebesar 83.6 %, sisanya 16.4 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

b. Uji T (uji secara individu)

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Adapun hasil uji t ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.34

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.118	.593		1.885	.063
1 Kelokpok Acuan	.217	.082	.182	2.635	.010
Kelas Sosial	.251	.125	.212	2.017	.047
Harga	.174	.071	.139	2.464	.016
Produk	.160	.073	.135	2.193	.031
Pelayanan	.187	.082	.133	2.296	.024

Fasilitas	.249	.121	.198	2.055	.043
Lokasi	.202	.093	.130	2.182	.032

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

Apabila nilai sig. < 0.05 atau 5% maka variabel tersebut dinyatakan positif berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji t hitung masing- masing untuk Kelompok Acuan, Kelas Sosial, Harga, Produk, Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi yaitu:

- 1) Kelompok Acuan mempunyai nilai t sebesar 2.635 dan nilai signifikansi sebesar 0.010 pada koefisien alpha 5%. Karena nilai signifikansi < 0.05, hal ini berarti bahwa Kelompok Acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.
- 2) Kelas Sosial mempunyai nilai t sebesar 2.017 dan nilai signifikansi sebesar 0.047 pada koefisien alpha 5%. Karena nilai signifikansi < 0.05, hal ini berarti bahwa Kelas Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.
- 3) Harga mempunyai nilai t sebesar 2.464 dan nilai signifikansi sebesar 0.016 pada koefisien alpha 5%. Karena nilai signifikansi < 0.05, hal ini berarti bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.
- 4) Produk mempunyai nilai t sebesar 2.193 dan nilai signifikansi sebesar 0.031 pada koefisien alpha 5%. Karena nilai signifikansi < 0.05, hal ini berarti bahwa Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

- 5) Pelayanan mempunyai nilai t sebesar 2.296 dan nilai signifikansi sebesar 0.024 pada koefisien alpha 5%. Karena nilai signifikansi < 0.05, hal ini berarti bahwa Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.
- 6) Fasilitas mempunyai nilai t sebesar 2.055 dan nilai signifikansi sebesar 0.043 pada koefisien alpha 5%. Karena nilai signifikansi < 0.05, hal ini berarti bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.
- 7) Lokasi mempunyai nilai t sebesar 2.182 dan nilai signifikansi sebesar 0.032 pada koefisien alpha 5%. Karena nilai signifikansi < 0.05, hal ini berarti bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

c. Uji F Test (Uji serempak)

Uji Ftest digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.35
Hasil Uji F Test
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	370.148	7	52.878	67.229	.000 ^b
Residual	72.362	92	.787		
Total	442.510	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Pelayanan, Kelompok Acuan, Harga, Produk, Fasilitas, Kelas Sosial

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan uji pada tabel 4.34 tersebut dapat diketahui bahwa bahwa hasil uji F pada penelitian ini memiliki nilai koefisien sebesar 67.229 dengan nilai signifikan sebesar $0.0000 < 0.05$. Hasil ini memiliki arti bahwa variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

A. Analisis Data

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan di atas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kelompok Acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

Berdasarkan pengujian t tes pertama, nilai koefisien sebesar 0,217 dengan tingkat signifikansi 0,010 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa Kelompok Acuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat, Sehingga H1 diterima.

Kelompok acuan disini adalah kelompok acuan dari masyarakat Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Dari masyarakat tersebut kelompok sendiri adalah dua orang atau lebih yang saling berinteraksi dan memiliki tujuan yang sama. Tujuannya bisa berupa tujuan individu ataupun tujuan kelompok. Sementara acuan sendiri ini adalah rujukan ataupun referensinya. (Aiman et al., 2017, hlm. 43). Jadi kelompok acuan adalah individu atau kelompok masyarakat yang

mempengaruhi bagaimana masyarakat itu sendiri untuk memilih pasar tradisional sebagai tempat berbelanja.

Hal ini sejalan dengan dengan penelitian Ahmad Royani (2015) yang mengatakan bahwa Kelompok Acuan terhadap keputusan masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Masyarakatnya.

2. Kelas Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

Berdasarkan pengujian t tes pertama, nilai koefisien sebesar 0,251 dengan tingkat signifikansi 0,047 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa Kelas Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat, sehingga H2 diterima.

Kelas sosial merupakan bagian dari kelas-kelas bertingkat yaitu ukuran atau kriteria yang dipakai untuk menggolong-golongkan masyarakat sesuai dengan gaya hidup kelas atas, menengah dan kebawah. Penghasilan yang mencerminkan kelas atas, menengah dan kebawah. Yang dimaksud kelas sosial disini bagaimana masyarakat Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Jadi kelas sosial ini memperlihatkan bagaimana masyarakat disini dalam memilih gaya hidup dalam berbelanja dipasar tradisional.

Hal ini sejalan dengan penelitian Ihsan, Budi (2017) yang menyatakan bahwa Kelas Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

Berdasarkan pengujian t tes pertama, nilai koefisien sebesar 0,174 dengan tingkat signifikansi 0,016 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat, sehingga H3 diterima.

Konsep harga yang adil dalam islam adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yan Islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syariah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzholiman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjualan memperoleh keuntungan yang moral dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan (Anto, 2003, hal. 286). Terlihat pada pasar tradisional harga ditawarkan dipasar sangatlah terjangkau sehingga selalu membanding-bandingkan harga yang ada dipasar sebelum mengambil keputusan dalam membeli.

Hal ini sejalan dengan penelitian Anung Pramudyo (2015) yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan teradap Keputusan Masyarakat.

4. Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

Berdasarkan pengujian t tes pertama, nilai koefisien sebesar 0.160 dengan tingkat signifikansi 0,031 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat, sehingga H4 diterima.

Produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan kepasar dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan produk yang ada ditempat belanja yaitu variasi/keanekaragaman produk, kelengkapan produk, dan kualitas produk ditempat belanja. (Kotler, 2002, hlm. 105). Yang dimaksud produk disini adalah barang yang dapat digunakan atau dikonsumsi yang memenuhi kebutuhan masyarakat Desa Banua Asam Kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Yang memiliki produk dengan kualitas baik dan mudah didapatkan dipasar tradisional.

Hal ini sejalan dengan penelitian Ahmad Royani (2015) yang menyatakan bahwa Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

5. Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

Berdasarkan pengujian t tes pertama, nilai koefisien sebesar 0,187 dengan tingkat signifikansi 0,024 lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan

bahwa Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat, sehingga H5 diterima.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain hal ini terdapat dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267. Pada pasar tradisional kualitas pelayanannya telah sesuai menurut perspektif Islam terbukti dari hasil penelitian oleh responden yang memberikan tanggapan positif sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara keputusan masyarakat. Indikator daya tanggap salah satu didalam pernyataan terdapat kalimat yaitu keramahan karyawan terhadap pelanggan, Indikator jaminan salah satu didalam pernyataan terdapat kalimat yaitu karyawan yang terlihat bersungguh-sungguh (etos kerja) dalam melakukan pelayanan terhadap pelanggan.

Indikator empati salah satu didalam pernyataan terdapat kalimat yaitu ke-amanahan karyawan rumah makan kepada konsumen. Indikator bukti fisik salah satu didalam pernyataan terdapat kalimat yaitu kerapuhan pakaian karyawan dan kebersihan serta kenyamanan, dari yang dijelaskan diatas merupakan hasil signifikan yaitu diberikan tanggapan sangat setuju oleh responden. Kepercayaan yang diberikan pelanggan merupakan suatu amanah. Apabila amanah tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidak berhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu kepercayaan pelanggan sebagai suatu amanah

hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui karyawan yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat.

Berkenaan dengan ramah, kesopanan, santun darikaryawan, serta respek terhadap konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, ramah, sopan santun dan kelemah lembutan maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi pengunjung pasar. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat pelanggan merasa nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana yang dijelaskan arti dalam Q,S At-Takatsur 1-5, yaitu:

Artinya : *“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk ke dalam kubur. janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin”* (Q.S At-Takatsur: 1-5)

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang positif. Islam mengajarkan kepada umat manusia agar dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam yakni bersifat profesional, memelihara etos kerja dan amanah. Jadi dilihat dari perspektif

Islam.

Hal ini sejalan dengan penelitian Ihsan, Budi (2017) yang mengatakan bahwa Pelayanan positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

6. Fasilitas Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

Berdasarkan pengujian t tes pertama, nilai koefisien sebesar 0,249 dengan tingkat signifikansi 0,043 lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat, sehingga H6 diterima.

Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. (Kotler, 2009 hlm. 45). Di pasar tradisional sudah menyediakan berbagai macam fasilitas untuk kenyamanan pelanggan yang datang.

Hal ini sejalan dengan penelitian Anung Pramudyo (2015) yang mengatakan bahwa Fasilitas positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

7. Lokasi Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.

Berdasarkan pengujian t tes pertama, nilai koefisien sebesar 0,202 dengan tingkat signifikansi 0,032 lebih besar dari 0,05, hal ini menunjukkan

bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat, sehingga H7 diterima.

Lokasi merupakan tempat untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari. Dalam variabel ini dapat diturunkan item-item yang diteliti berdasarkan letak/lokasi yaitu kemudahan sarana transportasi, latak lokasi strategis, dan waktu tempuh pendek. (Bilson, 2002, hlm. 129). Lokasi pasar tradisional yaitu pasar Keramat Manjang yang terletak dipertengahan Kota Barabai sehingga masyarakat Desa Banua Asam kecamatan Pandawan Kabupaten Hulu Sungai Tengah cukup mudah untuk mengunjunginya dengan berbagai macam sarana.

Hal ini sejalan dengan penelitian Ahmad Royani (2015) yang mengatakan bahwa Lokasi positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat.