

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN**

#### **A. Data Penelitian**

##### **1. Sejarah singkat UKM Makanan ringan di alabio**

Sekitar tahun 1980 an masyarakat alabio kian memilih profesi berdagang selain sebagai seorang petani, hal ini karena diperanguhi oleh keadaan sekitar. Melihat dari masyakat yang berdagang banyak yang berhasil atau sukses sehingga faktor tersebut juga salah satu alasan mengapa banyak masyarakat alabio memilih untuk berdagang, salah satu cabang usaha yang dipilih ialah berjualan makanan ringan atau camilan. Selain orang tua banyaknya remaja, anak kecil yang menjadi target pemasaran makanan ringan juga karena harga yang relatif terjangkau sehingga inilah yang menjadi faktor perkembangan usaha makanan ringan tumbuh berkembang secara pesat khususnya di daerah alabio.

Hingga tahun 2021 Seiring berjalannya waktu dan pengaruh zaman yang semakin meningkat dari berbagai sektor, tumbuhnya ide-ide baru dalam hal strategi dalam penjualan dan jiwa berdagang yang meningkat membuat ekonomi masyarakat alabio juga ikut naik.

Tidak terkecuali makanan ringan, berawal dari pasar Alabio yang menjadi pusat sentral perdagangan lalu berpindah ke pesisir jalan yang ada di Alabio. Sampai sekarang sangat banyak jenis makanan ringan atau camilan baik itu produk dari daerah sendiri ataupun dari luar. Dari harga kisaran ratusan rupiah sampai ratusan ribu harganya, salah satu pemasok

makanan ringan adalah dari Banjarmasin atau bahkan langsung dari tanah Jawa Setiap harinya lalu lalang mobil pengangkut makanan ringan dari luar daerah yang mengantarkan barangnya ke para pedagang makanan ringan. Ada pedagang yang menjual makanan ringan secara besar atau distributor (Agen tunggal), pedagang secara grosir, bahkan pedagang eceran atau retail.

## **2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti mengambil beberapa lokasi penelitiannya, ada 3 tempat Toko UKM makanan ringan yang berada di wilayah Alabio yang menjadi fasilitator peneliti dalam mencari data data yang diperlukan.

Diantarnya :

- a. UKM Toko Abdan
- b. UKM Toko Muriyati
- c. UKM Toko Muslih

Alasan kenapa peneliti mengambil 3 tempat tersebut, karena menurut peneliti toko tersebut berkembang dan meningkat usaha perdagangannya selain juga banyak masyarakat yang berbelanja disana karena menyediakan produk yang lengkap serta harga yang lebih murah dari toko makanan ringan lainnya sehingga memudahkan dan juga menarik minat konsumen untuk berbelanja disana.

## **3. Karakteristik Responden**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada masyarakat yang berbelanja di UKM toko makanan ringan di Alabio dengan jumlah responden sekitar 100 responden.

Dan adapun karakteristik responden dilihat berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan berapa banyak berbelanja selama satu bulan. Hasil data tersebut diperoleh dengan menunjukkan gambar sebagai berikut:

a. Jenis kelamin

**Tabel 0.1**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-Laki	43	43%
Perempuan	57	57%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data primer ( data diolah 2022)*

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden masyarakat yang berbelanja di toko Makanan ringan yang berjenis laki-laki sebesar 43 responden atau 43% dan yang berjenis perempuan sebesar 57 responden atau 57%.

b. Usia

**Tabel 0.2**  
**Responden Berdasarkan Usia**

<b>Umur</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
$\leq 20$	26	26%
21 - 30	50	50%
31 - 40	20	20%
$\geq 40$	4	4%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer ( data diolah 2022)*

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh data yang menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia, untuk  $\leq 20$  tahun sebanyak 26 responden yakni 26%, yang ber usia 21-30 tahun sebanyak 50 responden yakni 50%, selanjutnya yang ber usia 31-40 tahun sebanyak 20 responden yakni 20%, dan yang ber usia  $\geq 40$  sebanyak 4 responden yakni 4%.

c. Pekerjaan

**Tabel 0.3**  
**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>pekerjaan</b>	<b>jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Mahasiswa	26	26%
Guru	6	6%
PNS	3	3%
Ibu Rumah Tangga	1	1%
Wiraswasta	18	18%
Pedagang	34	34%
Penyuluh Lapangan	1	1%
Pelajar	4	4%
Honorer	2	2%
Jaga toko	1	1%
Pegawai Laboraturium	1	1%
Engineering Development	1	1%

Pegawai	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer (data diolah 2022)*

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh data yang menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan Mahasiswa sebanyak 26 responden atau 26%, Guru sebanyak 6 responden atau 6%, PNS sebanyak 3 responden atau 3%, Ibu Rumah Tangga sebanyak 1 responden atau 1%, Wiraswasta sebanyak 18 responden atau 18%, Pedagang sebanyak 34 responden atau 34%, Penyuluh Lapangan sebanyak 1 responden atau 1%, Pelajar sebanyak 4 responden atau 4%, Honorer sebanyak 2 responden atau 2%, Jaga Toko sebanyak 1 responden atau 1 %, Pegawai Laboratorium sebanyak 1 responden atau 1%, Engineering Development sebanyak 1 responden atau 1%, dan yang terakhir Pegawai sebanyak 2 responden atau 2%.

d. Banyaknya berbelanja selama 1 bulan

**Tabel 0.4**

**Responden berdasarkan banyaknya berbelanja selama 1 bulan**

<b>Banyaknya berbelanja selama 1 bulan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
≤ 5	23	23%
6 -10	31	31%
11 – 15	26	26%

16 – 20	9	9%
≥ 21	11	11%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer ( data diolah 2022)*

Berdasarkan tabel i atas menunjukkan bahwa data yang diperoleh berdasarkan banyaknya berbelanja selama 1 bulan adalah berbelanja  $\leq 5$  sebanyak 23 responden atau 23%, berbelanja 6-10 sebanyak 31 responden atau 31%, berbelanja 11-15 sebanyak 26 responden atau 26%, berbelanja 16-20 sebanyak 9 responden atau 9%, dan yang terakhir  $\geq 21$  sebanyak 11 responden atau 11%.

## **B Pengujian Hipotesis**

Deskripsi pada data penelitian menunjukkan ringkasan tanggapan terhadap pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli konsumen UKM makanan ringan yang terdiri dari item-item pernyataan dengan skala likert diantaranya sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Berikut deskripsi responden terhadap masing-masing item variabel penelitian.

### **1. Indikator Lokasi (X1)**

- a. Lokasi

**Tabel 0.5**

**Lokasi Toko makanan ringan Strategis**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%

2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	8	8%
4	Setuju	50	50%
5	Sangat Setuju	41	41%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap variabel Lokasi dimana Lokasi toko makanan ringan strategis sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 8 responden atau 8% yang menyatakan Netral, sebanyak 50 responden atau 50% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 41 responden atau 41% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data yang diberikan kepada responden, makan sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 50 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju Lokasi toko makanan ringan strategis.

b. Mudah di jangkau

**Tabel 0.6**

**Jarak lokasi Toko Makanan ringan dengan konsumen sangat strategis**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	2	2%
3	Netral	8	8%
4	Setuju	48	48%

5	Sangat Setuju	42	42%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil Penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap variabel lokasi dimana jarak lokasi makanan ringan dengan konsumen sangat strategis sebanyak 2 responden atau 2% menyatakan tidak setuju, sebanyak 8 responden atau 8% menyatakan netral, sebanyak 48 atau 48% menyatakan setuju, dan sebanyak 42 responden atau 42% menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan yang diberikan kepada responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 48 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju jarak lokasi makanan ringan dengan konsumen sangat strategis.

**Tabel 0.7**

**Lokasi toko Makanan ringan mudah di jangkau**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	-	-
3	Netral	13	13%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat Setuju	41	41%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa jawaban responden terhadap lokasi toko makanan ringan mudah di jangkau sebanyak 13

reponden atau 13% untuk yang menyatakan netral, sebanyak 46 reponden atau 46% untuk yang menyatakan setuju, dan sebanyak 41 reponden yang atau 41% untuk yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan yang diberikan kepada responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju sebanyak 46 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju lokasi makanan ringan mudah dijangkau.

**Tabel 0.8**  
**Keterjangkauan lokasi Toko makanan ringan membuat konsumen melakukan pembelian ulang**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	2	3%
3	Netral	18	18%
4	Setuju	44	44%
5	Sangat Setuju	35	35%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa jawaban responden terhadap ketertjangkauan lokasi toko makanan ringan membuat konsumen melakukan pembelian ulang sebanyak 1 responden atau 1% untuk menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 18 responden atau 18% yang menyatakan netral, sebanyak 44 responden atau 44% yang menyatakan setuju, dan

sebanyak 35 responden atau 35% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan yang diberikan kepada responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju sebanyak 44 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju keterjangkauan lokasi toko makanan ringan membuat konsumen melakukan pembelian ulang.

**Tabel 0.9**  
**Keterjangkauan lokasi Toko Makanan ringan sangat mempengaruhi minat beli konsumen**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	22	22%
4	Setuju	43	43%
5	Sangat Setuju	35	35%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa jawaban responden terhadap keterjangkauan lokasi toko makanan ringan sangat mempengaruhi minat beli konsumen sebanyak 22 responden atau 22% untuk yang menyatakan netral, sebanyak 43 responden atau 43% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 35 responden atau 35% untuk yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan yang diberikan kepada responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju sebanyak 43 responden.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju keterjangkauan lokasi toko makanan ringan sangat mempengaruhi minat beli konsumen.

c. Kelancaran Akses

**Tabel 0.10**

**Akses kendaraan konsumen menuju toko makanan ringan lancar**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	10	10%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat Setuju	43	43%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap akses kendaraan konsumen menuju toko makanan ringan lancar sebanyak 2 responden atau 2% menyatakan tidak setuju, sebanyak 10 responden atau 10% menyatakan netral, sebanyak 45 responden atau 45% menyatakan setuju, dan sebanyak 43 responden atau 43% menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan yang diberikan kepada responden, maka sebagian besar responden yang menjawab setuju sebanyak 45 responden atau 45%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju akses kendaraan menuju toko makanan ringan lancar.

**Tabel 0.11**

**konsumen merasa mudah untuk akses menuju lokasi Toko makanan ringan**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	9	9%
4	Setuju	56	56%
5	Sangat Setuju	33	33%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data di olah)*

Berdasarkan hasil data di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap konsumen merasa mudah untuk akses menuju lokasi Toko makanan ringan sebanyak 2 responden atau 2% untuk yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 9 responden atau 9% yang menyatakan netral, sebanyak 56 responden atau 56% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 33 responden atau 33% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan yang diberikan kepada responden, maka sebagian besar responden yang menjawab setuju sebanyak 56 responden atau 56%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju pada pernyataan konsumen merasa mudah untuk akses menuju lokasi Toko makanan ringan.

d. Tersedianya Fasilitas Umum

**Tabel 0.12**

**Toko makanan ringan memiliki fasilitas parkir yang memadai**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	41	41%
4	Setuju	33	33%
5	Sangat Setuju	23	23%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan hasil jawaban responden di atas dijelaskan bahwa Toko makanan ringan memiliki fasilitas parkir yang memadai sebanyak 1 responden atau 1% untuk yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 41 responden atau 41% yang menyatakan netral, sebanyak 33 responden atau 33% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 23 responden atau 23% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab netral sebanyak 41 responden atau 41%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden netral terhadap pernyataan bahwa Toko makanan ringan memiliki fasilitas parkir yang memadai.

**Tabel 0.13**

**Toko makanan ringan sangat dekat dengan fasilitas ATM Center**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	4	4%

2	Tidak Setuju	10	10%
3	Netral	37	47%
4	Setuju	29	29%
5	Sangat Setuju	20	20%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan hasil jawaban responden di atas dijelaskan bahwa Toko makanan ringan sangat dekat dengan fasilitas ATM Center sebanyak 4 responden atau 4% untuk yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 10 responden atau 10% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 37 responden atau 37% yang menyatakan netral, sebanyak 29 responde atau 29% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 20 responden atau 20% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab netral sebanyak 37 responden atau 37%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden netral terhadap pernyataan bahwa Toko makanan ringan sangat dekat dengan fasilitas ATM Center.

e. Keamanan Terjamin

**Tabel 0.14**

**Saya merasa nyaman berbelanja di Toko Makanan ringan karena keamanan terjamin**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-

2	Tidak Setuju	4	4%
3	Netral	22	22%
4	Setuju	48	48%
5	Sangat Setuju	26	26%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan hasil jawaban responden di atas dijelaskan bahwa Saya merasa nyaman berbelanja di Toko Makanan ringan karena keamanan terjamin sebanyak 4 responden atau 4% untuk yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 22 responden atau 22% yang menyatakan netral, sebanyak 48 responden atau 48% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 26 responden atau 26% untuk yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju sebanyak 48 responden atau 48%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa Saya merasa nyaman berbelanja di Toko Makanan ringan karena keamanan terjamin.

## 2. Indikator Harga (X2)

### a. Harga terjangkau

**Tabel 0.15**

#### **Toko Makanan ringan menawarkan harga yang terjangkau**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak setuju	0	-
2	Tidak Setuju	1	1%

3	Netral	18	18%
4	Setuju	57	57%
5	Sangat setuju	24	24%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Toko Makanan ringan menawarkan harga yang terjangkau sebanyak 1 responden atau 1% untuk yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 18 responden atau 18% yang menyatakan netral, sebanyak 57 responden atau 57% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 24 responden atau 24% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan yang diberikan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju sebanyak 57 responden atau 57%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa Toko Makanan ringan menawarkan harga yang terjangkau.

**Tabel 0.16**

**Produk yang dijual sesuai dengan harga yang saya harapkan**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	20	20%
4	Setuju	53	53%
5	Sangat Setuju	26	26%

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

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Produk yang dijual sesuai dengan harga yang saya harapkan sebanyak 1 responden atau 1% untuk yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 20 responden atau 20% yang menyatakan netral, sebanyak 53 responden atau 53% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 26 responden atau 26% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan yang diberikan responden, maka sebagian besar responden setuju sebanyak 53 responden atau 53%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa Produk yang dijual sesuai dengan harga yang saya harapkan.

**Tabel 0.17**

**Dengan berbagai macam harga Makanan Ringan sangat mudah dijangkau oleh saya**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	3	3%
3	Netral	11	11%
4	Setuju	59	59%
5	Sangat Setuju	27	27%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data diatas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan dengan berbagai macam harga Makanan Ringan sangat mudah dijangkau oleh saya sebanyak 3 responden atau 3% untuk menyatakan tidak setuju, sebanyak 11 responden atau 11% yang menyatakan netral, sebanyak 59 responden atau 59% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 27 responden atau 27% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan yang diberikan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 59 responden atau 59%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa dengan berbagai macam harga Makanan Ringan sangat mudah dijangkau oleh saya.

b. Harga Bersaing

**Tabel 0.18**

**Harga yang ditawarkan Toko Makanan ringan bersaing dengan Toko Makanan ringan lainnya**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	4	4%
3	Netral	27	27%
4	Setuju	47	47%
5	Sangat setuju	22	22%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data diatas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan harga yang ditawarkan Toko Makanan ringan bersaing dengan

Toko Makanan ringan lainnya sebanyak 4 responden atau 4% untuk yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 27 responden atau 27% yang menyatakan netral, sebanyak 47 responden atau 47% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 22 responden atau 22% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan yang diberikan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 47 responden atau 47%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa harga yang ditawarkan Toko Makanan ringan bersaing dengan Toko Makanan ringan lainnya.

c. Harga Sesuai Kualitas

**Tabel 0.19**  
**Harga yang ditawarkan Toko Makanan ringan sesuai dengan kualitasnya**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	13	13%
4	Setuju	62	63%
5	Sangat Setuju	24	24%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan hasil data di atas dijelaskan bahwa responden pada pernyataan harga yang ditawarkan toko makanan ringan sesuai dengan kualitasnya sebanyak 1 responden atau 1% untuk yang menyatakan tidak

setuju, sebanyak 13 responden atau 13% yang menyatakan netral, sebanyak 62 responden atau 62% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 24 responden atau 24% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 62 responden atau 62%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa harga yang ditawarkan toko makanan ringan sesuai dengan kualitasnya.

d. Harga Sesuai Manfaat

**Tabel 0.20**

**Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	24	24%
4	Setuju	56	56%
5	Sangat Setuju	18	18%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa responden pada pernyataan harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan sebanyak 2 responden atau 2% untuk yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 24 responden atau 24% yang menyatakan netral, sebanyak 56 responden atau 56% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 18 responden atau 18% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan

responden, maka sebagian responden menjawab setuju yaitu 56 responden atau 56%. Dalam hal ini menunjukkan responden setuju bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan.

**Tabel 0.21**  
**Menurut saya harga makanan ringan sangat cocok dimakan di waktu santai**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	25	25%
4	Setuju	47	47%
5	Sangat Setuju	27	27%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan bahwa menurut saya harga makanan ringan sangat cocok dimakan di waktu santai sebanyak 1 responden atau 1% untuk yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 25 responden atau 25% yang menyatakan netral, sebanyak 47 responden atau 47% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 27 responden atau 27% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 47 responden atau 47%. Dalam hal

ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa harga makanan ringan sangat cocok dimakan di waktu santai.

e. Daya Beli

**Tabel 0.22**

**Harga makanan Ringan sesuai dengan pendapatan yang didapat**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	24	24%
4	Setuju	48	48%
5	Sangat Setuju	27	27%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas di jelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan harga makanan ringan sesuai dengan pendapatan yang didapat sebanyak 1 responden atau 1% untuk yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 24 responden atau 24% yang menyatakan netral, sebanyak 48 responden atau 48% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 27 responden atau 27% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 48 responden atau 48%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa harga makanan Ringan sesuai dengan pendapatan yang didapat.

**Tabel 0.23**

**Toko Makanan ringan memberikan discount dengan harga yang terjangkau pada waktu tertentu**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3%
2	Tidak Setuju	13	13%
3	Netral	45	45%
4	Setuju	18	18%
5	Sangat Setuju	21	21%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan toko makanan ringan memberikan discount dengan harga yang terjangkau pada waktu tertentu sebanyak 3 responden atau 3% untuk yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 13 responden atau 13% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 45 responden atau 45% yang menyatakan netral, sebanyak 18 responden atau 18% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 21 responden atau 21% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab netral yaitu 45 responden atau 45%. Dalam hal ini menunjukkan responden netral bahwa toko makanan ringan memberikan discount dengan harga yang terjangkau pada waktu tertentu.

f. Persepsi harga terhadap produk lain

**Tabel 0.24**

**Makanan Ringan yang dibeli secara Grosir dapat dijual kembali  
dengan tetap mendapat nilai jual yang memadai**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	19	19%
4	Setuju	53	53%
5	Sangat Setuju	25	25%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan makanan ringan yang dibeli secara grosir dapat dijual kembali dengan tetap mendapat nilai jual yang memadai sebanyak 1 responden atau 1% untuk yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 19 responden atau 19% yang menyatakan netral, sebanyak 53 responden atau 53% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 25 responden atau 25% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 53 responden atau 53%. Dalam hal ini menunjukkan responden setuju bahwa makanan ringan yang dibeli secara grosir dapat dijual kembali dengan tetap mendapat nilai jual yang memadai.

### **3. Indikator Minat Beli Konsumen**

- a. Pencarian Informasi

**Tabel 0.25**

**Saya mencari informasi mengenai Toko Makanan ringan sebelum  
memutuskan untuk berbelanja**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	5	5%
3	Netral	38	38%
4	Setuju	40	40%
5	Sangat setuju	17	17%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Saya mencari informasi mengenai Toko Makanan ringan sebelum memutuskan untuk berbelanja sebanyak 5 responden atau 5% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 38 responden atau 38% yang menyatakan netral, sebanyak 40 responden atau 40% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 17 responden atau 17% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 40 responden atau 40%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju mencari informasi mengenai Toko Makanan ringan sebelum memutuskan untuk berbelanja.

b. Adanya Stimuli

**Tabel 0.26**

**Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena rekomendasi dari keluarga, teman dan tetangga**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	5	5%
3	Netral	34	34
4	Setuju	44	44%
5	Sangat Setuju	17	17%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena rekomendasi dari keluarga, teman dan tetangga sebanyak 5 responden atau 5% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 34 responden atau 34% yang menyatakan netral, sebanyak 44 responden atau 44% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 17 responden atau 17% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 44 responden atau 44%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena rekomendasi dari keluarga, teman dan tetangga.

**Tabel 0.27**

**Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena sudah terkenal diberbagai kalangan**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	4	4%
3	Netral	21	21%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat Setuju	29	29%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena sudah terkenal diberbagai kalangan sebanyak 4 responden atau 4% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 21 responden atau 21% yang menyatakan netral, sebanyak 46 responden atau 46% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 29 responden atau 29% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 46 responden atau 46%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena sudah terkenal diberbagai kalangan.

c. Keinginan dan Kebutuhan untuk Menggunakan Produk

**Tabel 0.28**  
**Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena keinginan sendiri**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	18	18%
4	Setuju	40	40%
5	Sangat setuju	42	42%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena keinginan sendiri sebanyak 18 responden atau 18% yang menyatakan netral, sebanyak 40 responden atau 40% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 42 responden atau 42% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab sangat setuju yaitu 42 responden atau 42%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena keinginan sendiri.

**Tabel 0.29**  
**Perhatian yang diberikan penjual dapat menarik perhatian saya untuk melakukan pembelian**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
----	--------------------	-----------	------------

1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	27	27%
4	Setuju	43	43%
5	Sangat Setuju	28	28%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Perhatian yang diberikan penjual dapat menarik perhatian saya untuk melakukan pembelian sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 27 responden atau 27% yang menyatakan netral, sebanyak 43 responden atau 43% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 28 responden atau 28% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 43 responden atau 43%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa Perhatian yang diberikan penjual dapat menarik perhatian saya untuk melakukan pembelian.

d. Produk

**Tabel 0.30**

**Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena makanan ringan yang saya cari ada di sana**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-

2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	18	18%
4	Setuju	48	48%
5	Sangat Setuju	34	34%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena makanan ringan yang saya cari ada di sana sebanyak 18 responden atau 18% yang menyatakan netral, sebanyak 48 responden atau 48% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 34 responden atau 34% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 48 responden atau 48%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena makanan ringan yang di cari ada di sana.

**Tabel 0.31**

**Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena termotivasi oleh produk yang lengkap**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	20	20%

4	Setuju	48	48%
5	Sangat Setuju	32	32%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena termotivasi oleh produk yang lengkap sebanyak 20 responden atau 20% yang menyatakan netral, sebanyak 48 responden atau 48% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 32 responden atau 32% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 48 responden atau 48%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena termotivasi oleh produk yang lengkap.

**Tabel 0.32**

**Saya memutuskan berbelanja karena produk yang ditawarkan bermacam-macam**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Netral	15	15%
4	Setuju	54	54%
5	Sangat Setuju	31	31%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Saya memutuskan berbelanja karena produk yang ditawarkan bermacam-macam sebanyak 15 responden atau 15% yang menyatakan netral, sebanyak 54 responden atau 54% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 54 responden atau 54%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju memutuskan berbelanja karena produk yang ditawarkan bermacam-macam.

e. promo

**Tabel 0.33**

**Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan ketika sedang ada promo**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	15	15%
3	Netral	38	38%
4	Setuju	30	30%
5	Sangat Setuju	17	17%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan ketika sedang ada promo sebanyak 15 responden atau 15% yang menyatakan tidak

setuju, sebanyak 38 responden atau 38% yang menyatakan netral, sebanyak 30 responden atau 30% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 17 responden atau 17% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab netral yaitu 38 responden atau 38%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden netral untuk memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan ketika sedang ada promo.

**Tabel 0.34**

**Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena sering diberi potongan Harga**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	6	6%
3	Netral	27	27%
4	Setuju	36	36%
5	Sangat Setuju	30	30%
Total		100	100%

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan Saya memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena sering diberi potongan Harga sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 6 responden atau 6% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 27 responden atau 27% yang menyatakan netral, sebanyak 36 responden atau 36% yang menyatakan

setuju, dan sebanyak 30 responden atau 30% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab netral yaitu 37 responden atau 37%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden netral untuk memutuskan berbelanja di Toko Makanan ringan karena sering diberi potongan Harga.

Berdasarkan data pernyataan yang diberikan kepada setiap responden, yang mana variabel Minat beli konsumen dengan beberapa indikator, maka untuk menjawab responden yang tertinggi menyatakan sangat setuju sebanyak 43 responden dengan persentase 43%, pada pernyataan yaitu Akses kendaraan konsumen menuju toko makanan ringan lancar dengan di latarbelakangi oleh lokasi dan harga. Selanjutnya untuk jawaban responden tertinggi menyatakan setuju sebanyak 62 responden dengan persentase 62%, pada pernyataan yaitu Harga yang ditawarkan Toko Makanan ringan sesuai dengan kualitasnya dengan dilatarbelakangi oleh lokasi dan harga.

Selanjutnya untuk jawaban responden yang tertinggi menyatakan netral yaitu sebanyak 45 responden dengan persentase 45%, pada pernyataan yaitu Toko Makanan ringan memberikan discount dengan harga yang terjangkau pada waktu tertentu dengan di latarbelakangi lokasi dan harga. Untuk jawaban responden tertinggi menyatakan tidak setuju yaitu sebanyak 13 responden dengan persentase 13% , pada pernyataan yaitu Toko Makanan ringan memberikan discount dengan harga yang terjangkau pada waktu tertentu dengan di latarbelakangi oleh lokasi dan harga. Dan untuk jawaban responden yang tertinggi menyatakan sangat tidak setuju yaitu sebanyak 4

responden dengan persentase 4% pada pernyataan Toko makanan ringan sangat dekat dengan fasilitas ATM Center dengan dilatarbelakangi oleh lokasi dan harga.

#### **4. Uji validitas dan reliabilitas**

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui ketepatan/keabsahan/ kecermatan pada item pertanyaan untuk mengukur variabel yang diteliti. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi *product*, yakni mengkorelasikan antara skor masing-masing item dengan skor total. (A.W.Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016, hlm.97). Jika pengukuran atau apa yang diukur sesuai dengan aturan yang berlaku, maka skala tersebut dikatakan valid atau benar.

Jadi validasi tersebut berkaitan dengan kebenaran pada pengukuran yang dilakukan. (Amir dkk., 2009, hlm. 143). Taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5%, derajat kebebasan yaitu  $df = N - 2$ , dengan jumlah responden 100 maka  $df = 98$  dan diperoleh tabel r sebesar 0,1966. Dapat dinyatakan valid apabila koefisien korelasi pada item total harus nilainya lebih besar dari tabel r.b berikut hasil dari uji validitas dengan bantuan SPSS 22 *for windows*.

**Tabel 0.35**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X1)**

Item	Item-total correlaton	R Tabel	keterangan
<b>Lokasi (X1)</b>			
X1_1	0,598	0,196	valid
X1_2	0,533	0,196	valid
X1_3	0,615	0,196	valid
X1_4	0,623	0,196	valid
X1_5	0,483	0,196	valid
X1_6	0,580	0,196	valid
X1_7	0,668	0,196	valid
X1_8	0,556	0,196	valid
X1_9	0,449	0,196	valid
X1_10	0,589	0,196	valid

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Dari hasil uji validitas untuk variabel Lokasi (X1) diatas dapat dilihat bahwa nilai pada R Hitung yaitu (0,598), (0,533), (0,615), (0,623), (0,483), (0,580), (0,668), (0,556), (0,449), dan (0,589) berada di atas r tabel yaitu 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel Lokasi (X1) dinyatakan valid.

**Tabel 0.36**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)**

Item	Item-total correlaton	R Tabel	keterangan
<b>Harga (X2)</b>			
X2_1	0,678	0,196	Valid
X2_2	0,731	0,196	Valid
X2_3	0,660	0,196	Valid
X2_4	0,555	0,196	Valid
X2_5	0,787	0,196	Valid
X2_6	0,663	0,196	Valid
X2_7	0,588	0,196	Valid
X2_8	0,677	0,196	Valid
X2_9	0,579	0,196	Valid
X2_10	0,459	0,196	Valid

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Dari hasil uji validitas pada variabel harga (X2) di atas dapat dilihat bahwa R hitung yaitu sebesar (0,678), (0,731), (0,660), (0,555), (0,787), (0,663), (0,588), (0,677), (0,579), dan (0,459) berada di atas r tabel yaitu 0,196. Hingga dapat disimpulkan bahwa pada pertanyaan variabel harga (X2) dinyatakan valid.

**Tabel 0.37**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli**

Item	Item-total correlaton	R Tabel	keterangan
<b>Minat Beli (Y)</b>			
Y_1	0,587	0,196	Valid
Y_2	0,665	0,196	Valid
Y_3	0,644	0,196	Valid
Y_4	0,403	0,196	Valid
Y_5	0,620	0,196	Valid
Y_6	0,531	0,196	Valid
Y_7	0,549	0,196	Valid
Y_8	0,549	0,196	Valid
Y_9	0,682	0,196	Valid
Y_10	0,591	0,196	Valid

*Sumber : Hasil penelitian 2022 (data diolah)*

Dari hasil uji validitas pada variabel minat beli (Y) di atas dapat dilihat bahwa R hitung yaitu (0,587), (0,665), (0,644), (0,403), (0,620), (0,531), (0,549), (0,549), (0,682), dan (0,591) berada di atas r tabel yaitu 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pertanyaan variabel minat beli (Y) dinyatakan valid.

Uji reliabilitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepercayaan atau kehandalan pada item pertanyaan dalam mengukur variabel yang akan diteliti. Apabila hasil dari pengujian instrumen

menunjukkan hasil yang konstan atau relatif tetap, maka instrumen penelitian tersebut mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi. Oleh karena itu, masalah reliabilitas berkaitan dengan keakuratan hasil.(A.W. Kurniawan & puspitaningtyas, 2016, hlm.97). Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Reliabilitas suatu variabel dapat dikatakan baik apabila mempunyai nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ . (penyusun, 2015, hlm 24). Berikut hasil perhitungan nilai koefisien reliabilitas untuk instrumen penelitian sebagai berikut :

**Tabel 0.38**  
**Uji Reliabilitas Lokasi (X1)**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,755	,771	10

*Sumber : data SPSS 22 for windows*

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrumen penelitian, maka nilai pada Cronbach's Alpha yaitu  $0,755 > 0,60$  yang menunjukkan bahwa hasilnya adalah reliabel.

**Tabel 0.39**  
**Uji Reliabilitas Harga (X2)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,826	,839	10

*Sumber : Data SPSS 22 for windows*

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrument penelitian, maka nilai pada Cronbach's Alpha yaitu  $0,826 > 0,60$  Yang menunjukkan bahwa hasilnya adalah reliabel.

**Tabel 0.40**

**Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,745	,745	10

*Sumber : Data SPSS for windows*

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrument penelitian, maka nilai pada Cronbach's Alpha yaitu  $0,745 > 0,60$  yang menunjukkan bahwa hasilnya adalah reliabel.

**5. Uji Asumsi Klasik**

a. Uji Normalitas

Uji normalitas di maksudkan untuk melihat apakah niali residual berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik ketika nilai residual yang terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, uji

normalitas bukan dilakukan pada setiap variabel, melainkan dilakukan pada nilai residualnya.(A.Kurniawan, 2014, hlm.156). Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui distribusi data pada variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam uji normalitas data pada dilihat dengan menggunakan uji Normal Kolmogorov-Smirnov.(Sujerwani, 2015, hlm.52)

**Tabel 0.41**  
**Uji Normalitas K-S**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,64272964
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,045
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

*Sumber : Data SPSS 22 for windows*

Jika sig > 0,05 maka data berdistribusi normal

Jika sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

Interprestasi dari hasil yang digunakan dengan cara ini secara keseluruhan (dilihat dari nilai residual). Data mempunyai distribusi yang normal karena mempunyai nilai yang sig di atas alpha 0,05 yaitu sebesar 0,200.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan pada variabel independen (bebas). Apabila terdapat hubungan yang signifikan, maka terdapat aspek yang diukur pada variabel independen (bebas) adalah sama. (Gunawan, 2015, hlm 92)

Selain itu, pengujian ini juga dapat menghindari terjadinya kebiasaan saat proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang di dapat dibawah  $< 10$  dan nilai tolerance diatas  $> 0,1$  maka multikolinieritas tidak akan terjadi. (Sujarweni, 2015, hlm.185)

**Tabel 0.42**  
**Uji Multikolonieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,577	2,594		3,306	,001		
	lokasi	,124	,085	,124	1,462	,147	,520	1,924
	harga	,654	,078	,709	8,395	,000	,520	1,924

a. Dependent Variable: minat beli

*Sumber : Data SPSS 22 for windows*

Interprestasi dari hasil diatas dapat dilihat sebagai berikut:

Variabel lokasi (X1) nilai tolerance yaitu 0,520 dan nilai VIF 1,924.

Variabel harga (X2) nilai tolerance yaitu 0,520 dan nilai VIF 1,924.

Berdasarkan hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala multikolinieritas. Hal ini karena nilai tolerance yang dihasilkan diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik yaitu non heteroskedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.(A. Kurniawan, 2014, hlm. 158).

**Tabel 0.43**  
**Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,386	1,446		-,959	,340
	lokasi	,085	,047	,246	1,807	,074
	harga	,001	,043	,005	,034	,973

a. Dependent Variable: abs\_residual

*Sumber : Data SPSS 22 for windows*

Interprestasi dari hasil tabel di atas sebagai berikut :

Sig lokasi (X1) = 0,074

Sig harga ( X2) = 0,973

Berdasarkan hasil di atas bahwa variabel independen yaitu X1 (Lokasi), X2 (harga) semuanya > 0,05 yang berarti tidak signifikan. Dapat

disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan suatu teknik modek regresi apabila terdapat variabel bebas yang lebih dari satu untuk mengadakan prediksi pada variabel terikat.(Arikunto, 2013, hlm.338). Analisis ini digunakan untuk menguji suatu kebenaran hipotesis yang ajukan pada penelitian ini dengan model sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Minat Beli

$b_1$  = Koefisien regresi variabel lokasi ( $X_1$ )

$b_2$  = Koefisien regresi variabel harga ( $X_2$ )

$e$  = Standar error

$a$  = Nilai Konstanta

$x_1$  = Lokasi

$x_2$  = Harga

**Tabel 0.44**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	8,577	2,594		3,306	,001
	lokasi	,124	,085	,124	1,462	,147
	harga	,654	,078	,709	8,395	,000

a. Dependent Variable: minat beli

*Sumber : data SPSS 22 for windows*

Persamaan regresi

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = 8,577 + 0,124x_1 + 0,654x_2 + 2,594$$

Perhitungan pada persamaan regresi linear berganda di atas, nilai konstanta sebesar 8, 577, hal ini berarti jika tidak ada perubahan pada variabel X1 (lokasi), X2 (harga) yang mempengaruhi maka minat beli konsumen makanan ringan 8,577.

Variabel X1 (Lokasi) adalah variabel yang diduga berpengaruh terhadap minat beli makanan ringan. Pengaruhnya sebesar 0,124. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel lokasi ditingkatkan 0,1% maka minat beli konsumen makanan ringan akan meningkat 0,124%. Sebaliknya jika variabel lokasi diturunkan 1% maka akan diikuti juga dengan menurunnya minat beli makanan ringan sebesar 0,124% dengan asumsi variabel lain konstan.

Variabel X2 (harga) adalah variabel yang diduga berpengaruh terhadap minat beli konsumen makanan ringan. Pengaruhnya sebesar 0,654, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel harga ditingkatkan 1% maka minat beli konsumen makanan ringan akan meningkat 0,654%. Sebaliknya jika variabel harga diturunkan sebesar 1% maka akan diikuti juga dengan menurunnya minat beli konsumen makanan ringan sebesar 0,654% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.

Data yang sudah didapat kemudian akan di analisis menggunakan SPSS 22 for windows dengan hasil sebagai berikut :

a. Pengujian Regresi secara Parsial (Uji T)

Uji T bertujuan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas yaitu lokasi dan harga terhadap variabel terikat yaitu minat beli secara parsial. Adapun cara-caranya sebagai berikut :

Cara 1 :

Jika  $\text{sig} > 0,05$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $\text{sig} < 0,05$  maka  $H_0$  di tolak

Cara 2 :

Jika  $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Uji  $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

Uji T dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $t$  hitung yang diperoleh pada tabel 4.44 di atas dengan  $T\text{-tabel} = t(\alpha / 2 ; n - k - 1) = t(0,05/2 ; 100 - 4 - 1) = t(0,25 ; 95) = 1,98525$

**Tabel 0.45**  
**Hasil Uji T (parsial)**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	8,577	2,594		3,306	,001
	lokasi	,124	,085	,124	1,462	,147
	harga	,654	,078	,709	8,395	,000

a. Dependent Variable: minat beli

*Sumber : Data SPSS 22 for windows*

1) Pengujian hipotesis variabel lokasi (X1)

Hasil dari uji t dapat disimpulkan bahwa pada variabel lokasi (X1) seperti yang ada pada tabel di atas diperoleh t sebesar 1,4642 dengan probabilitas sebesar 0,147 yang artinya di atas 0,05 dengan demikian H1 di tolak, yang artinya tidak berpengaruh variabel lokasi secara parsial terhadap minat beli (Y).

2) Pengujian hipotesis variabel harga (X2)

Hasil dari uji t dapat kita simpulkan bahwa pada variabel harga(X2) seperti pada tabel di atas di peroleh t sebesar 8,395 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05 dengan demikian H2 di terima, yang artinya sudah berpengaruh variabel haraga secara parsial terhadap minat beli (Y).

b. Uji Signifikansi Uji f (Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah lokasi dan harga yang dimasukan dalam model regresi sudah berpengaruh secara simultan terhadap minat beli maka dilakukan dengan uji F.

**Tabel 0.46**  
**Hasil Uji F (simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regr ession		1229,22	2	614,611	86,225	,000 <sup>b</sup>
	Resi dual	691,418	97	7,128		
Total		1920,640	99			

a. Dependent Variable: minat beli

b. Predictors: (Constant), harga, lokasi

*Sumber : Data SPSS 22 for windows*

Berdasarkan tabel 4.46 di atas di dapat F sebesar 86. 225 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang artinya di bawah nilai 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel Independeden yaitu lokasi dan harga sudah berpengaruh secara simultan terhadap minat beli. Dengan demikian H3 di terima

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 0.47**  
**Uji Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,800 <sup>a</sup>	,640	,633	2,66984

a. Predictors: (Constant), harga, lokasi

*Sumber : Data SPSS 22 for windows*

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi atau hubungan R antara variabel lokasi, harga dan minat beli sebesar 0,800 dan dijelaskan besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait yang disebut dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil dari perkuadratan R. Berdasarkan output tersebut diperoleh koefisien determinasi R Square adalah sebesar 0.640 yang mengandung pengertian bahwa efektivitas variabel bebas ( lokasi dan harga) adalah 64% . sedangkan sisanya ( $100\% - 64\% = 36\%$ ). Dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini. Koefisien determinasi R Square 0,640 (64%) mengandung arti tingkatan pengaruh dari lokasi, harga terhadap minat beli.

### **C. Analisis Data**

Berikut disajikan hasil dari penelitian di atas :

- a. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel lokasi (X1) terhadap minat beli (Y) menunjukkan hasil nilai signifikan sebesar 0,147. Dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,147 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,147 > 0,05$ ). Nilai t sebesar 1,462 dan nilai t-tabel sebesar 1,98525. Hal tersebut menunjukkan bahwa t lebih kecil dari pada t-tabel ( $1,462 < 1,98525$ ) maka  $H_0$  di terima dan  $H_a$  di tolak atau dikatakan tidak signifikan artinya tidak berpengaruh secara parsial variabel lokasi (X1) terhadap minat beli(Y). Hal ini di

sebabkan karena peletakan atau lokasi yang dipilih belum strategis masyarakat belum banyak mengetahui harusnya pedagang memilih tempat yang mudah di jangkau oleh kalangan masyarakat, menyediakan fasilitas parkir yang luas sehigga sangat berpengaruh untuk menarik minat beli masyarakat Alabio. Sedangkan telah dijelaskan, tempat atau lokasi merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan lokasi fisik dan aktivitas barang termasuk toko/ kantor/ pabrik, dan metode distribusi yang digunakan untuk mengirim barang keterangan pelanggan. Pilihan lokasi sangat penting bagi setiap bisnis, dan merupakan kunci segala aspek pemasaran bagi eceran atau bisnis jasa (Juhanis, 2014). Karena pemilihan lokasi yang bagus sangat berpengaruh untuk menarik minat beli seseorang.

- b. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel harga(X2) terhadap minat beli (Y) menunjukkan hasil signifikan sebesar 0,000. Dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,000 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Nilai t sebesar 8,395 dan nilai t-tabel 1,98525. Hal tersebut menunjukkan bahwa t lebih besar dari pada t tabel ( $8,395 > 1,98525$ ). Maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima atau dikatakan signifikan artinya berpengaruh secara parsial variabel harga (X2) terhadap minat beli(Y). Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh para UKM di Alabio terjangkau, sesuai dengan kualitas produk yang di tawarkan serta masyarakat Alabio menyukai makan yang dijual.

Seperti yang dinyatakan dalam teori dari buchary, Harga merupakan elemen dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat juga meningkat atau menurun dan juga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dari penjualan. Berarti para pedagang UKM sudah melakukan penyesuaian harga sesuai pasaran yang mana harga tersebut stabil dari waktu tertentu. (Buchary A, 201) Dan juga penjual sudah melakukan penjualan dengan menaruh harga sesuai ajaran agama Islam penjual UMK dalam melakukan jual beli menjalankan tidak batil seperti yang telah di jelaskan sesuai dengan firman Allah SWT ( Q.S An- Nisa'4/29) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*.

- c. Hasil dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel lokasi (X1), Harga (X2) dan Minat beli (Y) menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000. Dilihat dari nilai signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari pada 0,05 variabel tersebut dikatakan signifikan apabila lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Nilai

f sebesar 86.225 lebih besar dari f-tabel 3.09. hal tersebut menunjukkan bahwa f lebih besar dari pada f-tabel ( $86,225 > 3.09$ ), artinya secara simultan variabel lokasi dan harga sudah berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Hal ini disebabkan karena konsumen UKM Makanan ringan di Alabio merasa bahwa, lokasi dan harga terjangkau, strategis, mudah di akses menuju lokasi. Karena sebagai penjual harus kreatif agar bisa mendapatkan pembeli dan menjadikannya pelanggan. Jika usaha yang dilakukan sudah maksimal, pasti akan ada hasil yang memuaskan.

Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an ( An- Najm/53:39-40) tentang balasan usaha :

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

وَأَنْ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ

Artinya :

*“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang Telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihat (kepadanya)”*.