BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

4.1.1 Profil Pasar Tradisional Bangetayu

Nama Pasar : Pasar Bangetayu

Golongan Pasar : Pasar Lingkungan

Cabang Dinas : UPTD Wilayah Pedurungan

Alamat : Jl. Woltermonginsidi Semarang

Status Kepemilikan : Pemerintah Kota Semarang

Tahun Pembangunan : Tahun 1997

Tahun Operasional : Tahun 1998

Luas Lahan : 11257 M^2

Luas Bangunan : 739 M

Keterangan Rancangan Kota : No: 591/3167/XII/2009

4.1.2 Fasilitas Pasar

a. Jumlah petak

1. Kios : 88 petak
2. Los : 425 petak
3. Pancaan : 214 petak

b. Jumlah pedagang

1. Kios : 81 orang
2. Los : 365 orang
3. Pancaan : 214 orang

c. Listrik

1. Kios : 2.500 Watt
2. Los : 4.900 Watt

d. MCK

1. Jumlah : 9 pintu ukuran 9 M^2
2. Sumber air : ABT (air bawah tanah)
3. Penelola : pihak ketiga bpk Ifnan

e. Parkir

1. Luas lahan : 900 M^2
2. Daya tampung mobil : 15
3. Daya tampun motor : 100
4. Pengelola : pihak ketiga

f. Musholla

1. Luas bangunan : 54 M^2
2. Sumber air : ABT (air bawah tanah)
3. Pengelola : PPJP

g. Tempat Penampungan Sampah

1. Volume sampah : 5 M^2
2. Jumlah kontainer : 1
3. Luas TPS : 36 M^2

4.1.3 Sumber Daya Manusia

1) Kepala pasar : Bambang Windarto SE
2) Petugas administrasi :
    1. Suko
    2. Joko
3) Petugas kebersihan :
    1. Manan
    2. Muji
    3. Pak Man
4) Petugas keamanan
    1. Suliman
    2. Pujiono

4.2 Deskripsi Variabel-variabel Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang berhasil ditemui. Kuesioner diperoleh dengan cara

peneliti menemui langsung responden dan memberikan kuesioner untuk diisi oleh para responden mengenai pengaruh keberagaman produk, harga dan pelayanan terhadap minat beli masyarakat. Responden dalam penelitian ini adalah Pelanggan pasar Bangetayu Genuk Semarang.

Karena jumlah sampel yang didapat sebanyak 92 sampel, dengan demikian syarat pengolahan data dengan alat SPSS sampel dapat terpenuhi. Variabel dalam penelitian ini terdiri variabel bebas (*Independent*) yaitu Keberagaman produk, (X_1), Harga (X_2) dan Pelayanan (X_3) dan variabel terikat (*Dependent*) yaitu Minat (Y). Data variabel-variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebar, untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Hasil Skor Kuesioner

variabel	item pertanyaan	Total							
		ss	%	S	%	ts	%	sts	%
x1	x1.1	41	45%	48	52%	3	3%	0	0%
	x1.2	53	58%	36	39%	3	3%	0	0%
	x1.3	39	42%	44	48%	8	9%	1	1%
	x1.4	40	43%	45	49%	7	8%	0	0%
x2	x2.1	43	47%	42	46%	6	6%	1	1%
	x2.2	37	40%	38	41%	16	17%	1	1%
	x2.3	43	47%	46	50%	3	3%	0	0%
	x2.4	29	31%	48	52%	15	16%	0	0%
x3	x3.1	36	39%	44	48%	12	13%	0	0%
	x3.2	32	39%	50	54%	10	11%	0	0%
	x3.3	30	33%	49	53%	13	14%	0	0%
	x3.4	29	31%	53	58%	10	11%	0	0%
y	y.1	45	49%	40	43%	7	8%	0	0%
	y.2	35	38%	44	48%	13	14%	0	0%
	y.3	36	39%	44	48%	12	13%	0	0%

4.2.1 Penjelasan responden atas variabel keberagaman produk

Berdasarkan tabel diatas penjelasan responden atas variabel keberagaman produk, pada item pernyataan pertama 45% atau 41 responden menyatakan sangat sesuai bahwa keberagaman produk memenuhi kebutuhan pembeli, 52% atau 48 responden menyatakan sangat sesuai sekali, 3% atau 3 responden menyatakan tidak sesuai.

Pada item pernyataan kedua, 58% atau 53 responden menyatakan sangat sesuai bahwa mutu dan kualitas produk memenuhi keinginan pembeli, 39% atau 36 responden menyatakan sangat sesuai sekali, 3% atau 3 responden menyatakan tidak sesuai.

Pada item pernyataan ketiga, 42% atau 39 responden menyatakan sangat sesuai bahwa kelengkapan produk sudah sesuai dengan kebutuhan pembeli, 48% atau 44 responden menyatakan sesuai, 9% atau 8 responden menyatakan tidak sesuai, dan 1% atau 1 responden menyatakan sangat tidak sesuai.

Pada item pernyataan keempat 43% atau 40 responden menyatakan bahwa kehalalan produk sangat sesuai dengan syariat islam, 49% atau 45 responden menyatakan sesuai, 8% atau 7 responden menyatakan tidak sesuai.

4.2.2 Penjelasan responden atas variabel harga

Berdasarkan tabel di atas mengenai penjelasan responden atas variabel harga, pada item pernyataan kelima 47% atau 43 responden

menyatakan bahwa harga yang ditawarkan sangat sesuai dengan kualitas, 46% atau 42 responden menyatakan sesuai, 6% atau 6 responden menyatakan tidak sesuai, dan 1% atau 1 responden menyatakan tidak sesuai sekali.

Pada item pernyataan keenam, 40% atau 37 responden menyatakan sangat sesuai potongan harga yang duberikan, 41% atau 38 responden menyatakan sesuai, 17% atau 16 responden menyatakan tidak sesuai, dan 1% atau 1 responden menyatakan sangat tidak sesuai sekali.

Pada item pernyataan ketujuh, 47% atau 43 responden menyatakan bahwa konsep harga sangat sesuai dengan keinginan pembeli, 50% atau 46 responden menyatakan sesuai dan 3% atau 3 responden menyatakan tidak sesuai.

Pada item pernyataan kedelapan, 31% atau 29 responden menyatakan bahwa persaingan harga sangat sesuai dengan yang berlaku dipasaran, 52%

atau 48 responden menyatakan sesuai dan 16% atau 15 responden menyatakan tidak sesuai.

4.2.3 Penjelasan responden atas variabel pelayanan

Berdasarkan tabel di atas penjelasan responden atas variabel pelayanan, pada item pernyataan kesembilan 39% atau 36 responden menyatakan sangat sesuai bahwa kejujuran pedagang pasar dalam menawarkan barang, 48% atau 44 responden menyatakan sesuai, 13% atau 12 responden menyatakan tidak sesuai.

Pada item pernyataan kesepuluh, 39% atau 32 responden menyatakan sangat sesuai bahwa pedagang pasar dapat dipercaya (amanah), 54% atau 50 responden menyatakan sesuai, 11% atau 10 responden menyatakan tidak sesuai.

Pada item pernyataan kesebelas, 33% atau 30 responden menyatakan kerandahan hati pedagang sesuai sekali, 53% atau 49 responden menyatakan sesuai, 14% atau 13 responden menyatakan tidak sesuai.

Pada item pernyataan kedua belas 29% atau 31 responden menyatakan bahwa pelayanan pedagang sangat sesuai dengan yang diharapkan pembeli, 58% atau 53 responden menyatakan sesuai, 11% atau 10 responden menyatakan tidak sesuai.

4.2.4 Penjelasan responden atas variabel minat

Berdasarkan tabel di atas mengenai penjelasan responden atas variabel minat, pada item pernyataan ketiga belas 49% atau 45 responden menyatakan sangat sesuai keamanan di pasar dengan yang diharapkan pembeli, 40% atau 43 responden menyatakan sesuai dan 8% atau 7 responden menyatakan tidak sesuai.

Pada item pernyataan keempat belas, 38% atau 35 responden menyatakan sangat sesuai pedagang pasar dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, 48% atau 44 responden menyatakan sesuai, 14% atau 13 responden menyatakan tidak sesuai.

Pada item pernyataan kelima belas, 39% atau 36 responden menyatakan sangat sesuai informasi barang yang didapatkan pembeli, 48% atau 44 responden menyatakan sesuai dan 13% atau 12 responden menyatakan tidak sesuai.

4.3 Analisis Data dan Interpretasi Data

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrument, peneliti menggunakan SPSS 16. Analisis data ini digunakan untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk, harga dan pelayanan terhadap minat beli masyarakat di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang.

4.3.1 Uji Validitas

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Pertanyaan dinyatakan valid jika nilai koefisien korelasi(r_{hitung}) hasil perhitungan lebih besar dari nilai koefisien dari tabel dan hasil perhitungan bernilai positif[1]. Untuk derajat bebas (*degree of freedom-df*) diperoleh dari jumlah sampel

[1] Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012, cet.2, hlm. 83.

atau jumlah responden dikurangi 2 (df= N-2)[2]. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 92-2= 90, dengan df 90 dan alpha 10% (0,10) didapat r tabel sebesar 0,1726.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	item	*corrected item total correlation (r hitung)*	r tabel	Keterangan
Variabel keberagaman produk (X1)	X1.1	0,628	0,1726	VALID
	X1.2	0,639	0,1726	VALID
	X1.3	0,724	0,1726	VALID
	X1.4	0,795	0,1726	VALID
Variabel harga (X2)	X2.5	0,744	0,1726	VALID
	X2.6	0,680	0,1726	VALID
	X2.7	0,624	0,1726	VALID
	X2.8	0,730	0,1726	VALID
Variabel pelayanan (X3)	X3.9	0,629	0,1726	VALID
	X3.10	0,866	0,1726	VALID
	X3.11	0,875	0,1726	VALID
	X3.12	0,884	0,1726	VALID
Variabel minat (Y)	Y.13	0,779	0,1726	VALID
	Y.14	0,813	0,1726	VALID
	Y.15	0,835	0,1726	VALID

Dari tabel 4.2 diatas terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibandingkan r tabel untuk df = 92-

[2] Haryadi Sarjono, Winda Yulianta, *SPSS VS LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, jil.1, hlm. 45.

2= 90 dan *alpha* 10% dengan uji satu sisi di dapat r tabel sebesar 0,1726 maka, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keempat variabel $X_{1,}$ $X_{2,}$ X_3 dan Y adalah *valid*.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban konsisten dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *Croanbach's Alpha* > 0,60[3]. Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach Alpha	N Of Item
X1	0,649
X2	0,638
X3	0,826
Y	0,737

Dari keterangan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach*

[3] Haryadi Sarjono, Winda Yulianta, *SPSS VS LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, jil.1, hlm. 45

alpha> 0,60. Dengan demikian variabel X_1, X_2, X_3 dan Y dapat dikatakan reliabel.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

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

4.3.3.1 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan diantara variabel bebas memiliki masalah multikorelasi (gejala multikolenieritas) atau tidak. Uji multikorelasi perlu dilakukan jika jumlah variabel independen (variabel bebas) lebih dari satu. Dalam penelitian ini teknik untuk mendekteksi ada atau tidaknya multikolonieritas adalah dengan mengamati nilai VIF (*Variance inflation factor*). Jika nilai VIF melebihi nilai 10 maka disimpulkan bahwa terjadi gejala multikolinieritas di antara variabel

bebas[4]. Hasil uji multikolinieritas masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.433	.920		-1.558	.123		
	x1	.327	.076	.343	4.283	.000	.626	1.596
	x2	.309	.065	.355	4.746	.000	.717	1.394
	x3	.219	.062	.285	3.529	.001	.616	1.622

a. Dependent Variable: y

Dari tabel 4.4 *coefficient* di atas terlihat bahwa nilai VIF variabel keberagaman produk 1,596, nilai VIF variabel harga 1,394, nilai VIF variabel pelayanan 1.662 dan nilai toleransi variabel keberagaman produk 0,626, nilai toleransi variabel harga 0,171, nilai toleransi pelayanan 0,616. Model regresi yang bebas multikolinieritas adalah yang

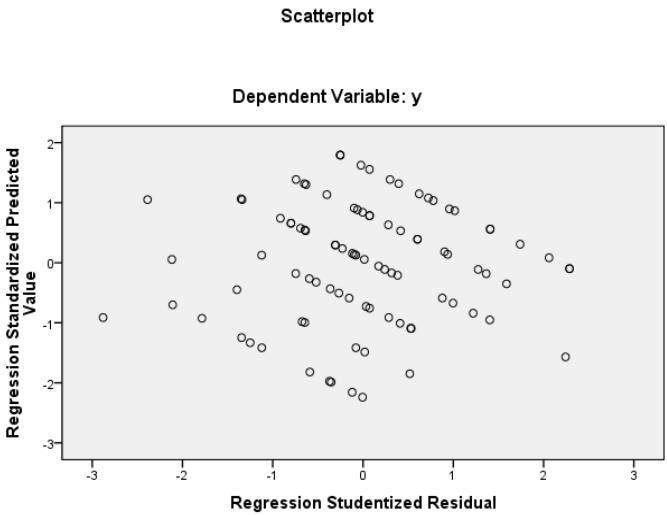
[4]*Ibid*, hlm.74

memiliki nilai VIF dibawah 10 dan nilai toleransi diatas 0,1. Karena model regresi ini memiliki nilai VIF di bawah 10, maka di anggap tidak terjadi multikolinieritas.

4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah homoskedasitas atau tidak tejadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedasitas dapat dilihat dengan garfik *scatterplot.* Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.5 sebagai berikut:

Gambar 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas



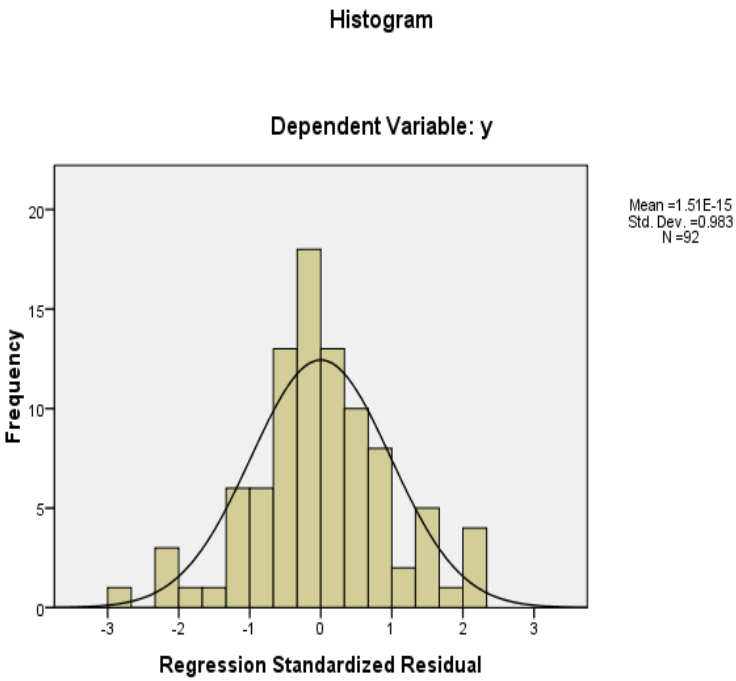
Sumber: Data primer diolah, 2017

Grafik *scatterplots* diatas terlihat bahwa titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

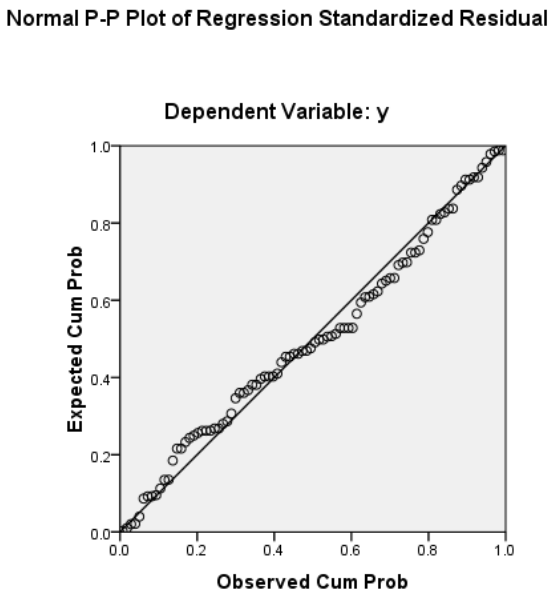
4.3.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang ditempuh untuk menguji kenormalan data salah satunya adalah dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka grafik tersebut normal. Jika kurva mempunyai puncak tunggal dengan bentuk seperti bel dan simetris, maka data berdistribusi normal. Adapun grafik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.6
Grafik Histogram



Gambar 4.7
Normal Probability Plot



Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan normal probability plot menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, demikian juga garis histogramnya pada gambar 4.6 tampak bahwa residual terdistribusi secara normal dan berbentuk simetris tidak menceng ke kanan ataupun ke kiri, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.4 Analisis Data

4.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Asumsinya:

1. Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar 0,10 (α), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil 0,10 (α), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Secara terperinci hasil t hitung dijelaskan dalam tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Parsial (Uji t)
Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.433	.920		-1.558	.123		
x1	.327	.076	.343	4.283	.000	.626	1.596
x2	.309	.065	.355	4.746	.000	.717	1.394
x3	.219	.062	.285	3.529	.001	.616	1.622

a. Dependent Variable: y

Pada tabel diatas, dapat diketahui dari hasil analisis regresi dapat diperoleh koefisien untuk variabel keberagaman produk sebesar 0,327, variabel harga 0,309 dan pelayanan 0,219 dengan konstanta sebesar -1,433 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

Minat = -1,433 + 0,327 (Keberagaman Produk) + 0,309 (harga) + 0,219 (Pelayanan) + e

Hasil analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16 diperoleh hasil sebagai berikut :

a) Pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli.

Hasil uji pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli, menunjukkan nilai t hitung 4.283 dan p value (sig) sebesar 0,000 yang diatas alpha 10%. Artinya bahwa keberagaman produk berpengaruh terhadap minat beli masyarakat di pasar Bangetayu.

Nilai beta dalam *unstandardized coefficient* variabel keberagaman produk menunjukkan angka sebesar 0,327 yang artinya jika variabel keberagaman produk ditingkatkan lebih baik lagi sebesar 32%.

b) Pengaruh harga terhadap minat beli

Hasil uji pengaruh harga terhadap minat beli, menunjukkan nilai t hitung 4.746 dan p value (sig) sebesar 0,000 yang di bawah alpha 10%. Artinya bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli masyarakat.

Nilai beta dalam *unstandardized coefficient* variabel harga menunjukkan angka besar 0,309. Yang artinya jika variabel harga sesuai dengan kualitas barang maka minat beli masyarakat akan meningkat 30% dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstanta.

c) Pengaruh pelayanan terhadap minat beli

Hasil uji pengaruh pelayanan terhadap minat beli menunjukkan nilai t hitung 3.529 dan p value (sig) sebesar 0,001 yang di bawah alpha 10%. Artinya bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat.

Nilai konstanta sebesar -1,433 artinya jika keberagaman produk X_1, harga X_2 dan pelayanan X_3 bernilai mendekati 100% maka minat beli untuk datang kembali bernilai positif sebesar -1,433. Dengan kata lain, dengan adanya keberagaman produk, harga dan pelayanan akan menambah minat beli masyarakat untuk datang berbelanja kembali sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

4.4.2 Uji pengaruh simultan (Uji F)

Sebelum membahas secara parsial pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, terlebih dahulu dilakukan pengujian secara simultan. Uji simultan, ditunjukkan dengan hasil

perhitungan F test. Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (keberagaman produk, harga dan pelayanan) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat). Asumsinya adalah:

1. Apabila nilai signifikansi < 0,10 maka H0 ditolak dan menerima HA. Artinya variabel independen (keberagaman prouk, harga dan pelayanan) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (minat).
2. Apabila nilai signifikansi > 0,10 maka H0 diterima dan menolak HA. Artinya variabel independen (keberagaman produk, harga dan pelayanan) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (minat).

   Hasil perhitungan uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153.411	3	51.137	53.640	.000[a]
	Residual	83.893	88	.953		
	Total	237.304	91			

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: y

Dari hasil analisis uji F didapat F hitung sebesar 53.640 dengan tingkat probabilitas 0,000 (Signifikasi). Nilai probabilitas yang lebih kecil dari 0,10 maka, model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat atau dapat dikatakan bahwa keberagaman produk, harga dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat.

4.4.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (keberagaman produk, harga dan pelayanan) terhadap variabel dependen (minat beli)

dengan melihat *R Square.* Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804[a]	.646	.634	.97639

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: y

a. Predictors: (Constant), keberagaman produk, harga dan Pelayanan

Hasil analisis data pada variabel minat beli terlihat bahwa R square sebesar 0,646 atau 64,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu keberagaman produk, harga dan pelayanan 64,6% sisanya 35,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada atau tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian.

4.5 Pembahasan

Pembahasan mengenai pengaruh dari masing-masing variabel akan dibahas sebagai berikut :

a. Pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli masyarakat.

H1 = Keberagaman produk berpengaruh terhadap minat beli masyarakat di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang.

Dari hasil pengujian hipotesis (H1) yang dilakukan peneliti terbukti bahwa keberagaman produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli masyarakat. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung sebesar 4.283 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0.1, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 92 responden pengunjung pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa keberagaman pproduk berpengaruh terhadap minat beli masyarakat.

b. Pengaruh harga terhadap minat beli masyarakat.

H2 = Harga berpengaruh terhadap minat beli masyarakat di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang.

Dari hasil pengujian Hipotesis (H2) yang dilakukan peneliti terbukti bahwa harga memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap minat beli masyarakat. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung 4.746 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0.000 tersebut lebih kecil dari 0,1, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 92 responden pengunjung pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat beli masyarakat.

c. Pengaruh pelayanan terhadap minat beli masyarakat.

H3 = Pelayanan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang.

Dari hasil pengujian Hipotesis (H3) yang dilakukan peneliti terbukti bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli masyarakat. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung 3.529 dengan taraf signifikansi hasil sebesar 0.001 tersebut lebih kecil dari 0,1, dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 92 responden pengunjung pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli masyarakat.

d. Pengaruh keberagaman produk, harga dan pelayanan terhadap minat beli masyarakat.

H4 = dari variabel keberagaman produk, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang.

Dari pengujian hipotesis H1, H2 dan H3 sudah dijelaskan ketiganya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli masyarakat di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang. Dapat disimpulkan bahwa keberagaman produk, harga dan pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi minat beli masyarakat di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang.

Hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini antara masing-masing variabel independen

(keberagaman produk, harga dan pelayanan) dan variabel dependen (minat beli) dapat dijelaskan sebagai berikut :

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel keberagaman produk, harga dan pelayanan. Dalam upaya mempengaruhi variabel minat beli dapat diwakili oleh koefisien determinasi. Hasil koefisien determinasi dari variabel keberagaman produk, harga dan pelayanan terhadap minat beli yang dinotasikan dalam besarnya R square adalah 0,646 atau 64,6%. Hal ini berarti sebesar 64,6% kemampuan model regresi dari penelitian ini dalam menjelaskan variabel dependen. Artinya 64,6% variabel keberagaman produk, harga dan pelayanan dapat menjelaskan variansi variabel independen. Sedangkan sisanya 35,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada atau tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian.

Berdasarkan pemaparan di atas sudah jelas hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh keberagaman produk, harga dan pelayanan terhadap minat beli masyarakat di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang. Adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat

membantu dinas pasar serta pedagang pasar Bangetayu Genuk Semarang yang akhirnya akan menimbulkan kepuasan kepada pembeli yang berbelanja di pasar tradisional Bangetayu Genuk Semarang.