

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Gambaran Umum Toko Minimarket Nur Aqilah**

Minimarket Nur Aqilah adalah minimarket yang terletak di timurnya lapangan sedengdeng pamakesan. Seperti pusat perbelanjaan yang lainnyaa, Minimarket Nur Aqilah menyediakan berbagai macam kebutuhan kehidupan sehari-hari seperti perlengkapan mandi, makanan ringan, minuman, kosmetik, Beras, perlengkapan rumah tangga, dan masih banyak lagi yang lainnya.

Minimarket Nur Aqilah didirikan sekaligus di kelola oleh owner Mafturhatur Febriani pada tahun 2015. Nama yang di ambil di Minimarket dari nama anak mereka sendiri yang pertama. sebelum itu Minimarket Nur Aqilah tidak terkenal seperti halnya sekarang dimana Minimarket Nur Aqilah 3 tahun sebelumnya hanyalah toko biasa yang mana tidak semua barang yang dijual dimana Susana cuma menjual beras dan makanan ringan. Melihat Kondisi masyarakat Minimarket Nur Aqilah Mayoritas menjadi pengrajin kue basah dan salon, Owner melihat peluang tersebut untuk memasarkan Minimarket Nur Aqilah Pamekasan.

Perkembangan penjualan yang sangat dramatis, dengan penjualan secara kontan. Sehingga pemilik ingin meningkatkan omzet dengan memperlebar Minimarket Nur Aqilah dengan menjual segala hal macam agar konsumen tertarik. Omzet Minimarket Nur Aqilah meningkat dengan laba yang besar.

Tahun 2018 Minimarket Nur Aqilah mengalami musibah yang berdampak pada kebangkrutan usaha yang telah mereka dirikan. Akhirnya terjadilah kredit

macet yang melumpuhkan usaha Minimarket Nur Aqilah. Bahkan hingga saat ini masih banyak piutang yang tidak tertagih, yang banyak di sebabkan oleh bermacam-macam faktor, dari tidak mampu membayar karena modalnya sudah habis.

Owner merasa harus bangkit dari keterpurukan. Apabila hanya meratapi piutang yang tidak tertagih, tentunya akan hancur pula usahanya selama ini. Dengan membaca basmallah dengan tekad yang kuat dan berpasrah diri kepada allah yang maha kuasa, mereka mulai merintis usaha baru. Belajar dari pengalaman. Kami memilih usaha yang pembelinya membayar kontan. Dengan petunjuk Allah, akhirnya kami Memutar otak sedikit dan merehap toko yang tadinya sempit dan tidak bersih, sekarang menjadi luas dan bersih. Sedikit demi sedikit, Minimarket Nur Aqilah menyediakan barang barang yang tadinya kosong menjadi ada.

Tahun 2020 tepatnya bulan Februari Minimarket Nur Aqilah melakukan Promosi besar besar agar Minimarket Nur Aqilah terkenal terhadap konsumen. Dengan adanya promosi Minimarket mulai berdatangan konsumen terus menerus sehingga yang awalnya mempunyai utang sekarang sudah lunas semua. Minimarket Nur Aqilah mempunyai beberapa karyawan yang sistem kerjanya menggunakan shift, dan buka pada pukul 07.00 s/d 01.00.

## **2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden**

### **a. Deskripsi Data Penelitian**

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner atau angket kepada konsumen Minimarket Nur Aqilah. Penelitian ini menyebarkan sebanyak 96 kuesioner kepada konsumen yang melakukan transaksi

pembelian di Minimarket Nur Aqilah. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling* yaitu sampel yang diambil berdasarkan kebetulan. Siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Berikut ini rincian pengumpulan data penelitian dengan kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Rincian Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner**

<b>Kuesioner</b>	<b>Jumlah</b>
Kuesioner yang disebar	96
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	96
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	96
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

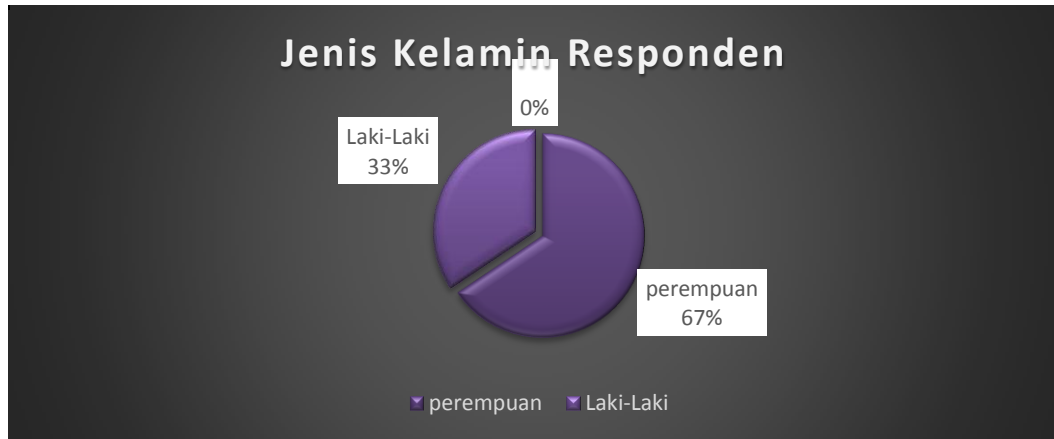
#### **b. Deskripsi Data Responden**

Deskripsi data responden yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil penelitian. Dalam penelitian ini, responden memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik tersebut terdiri dari:

##### **1) Jenis Kelamin Responden**

Jenis kelamin konsumen yang melakukan transaksi di Minimarket Nur Aqilah di Kemayoran Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



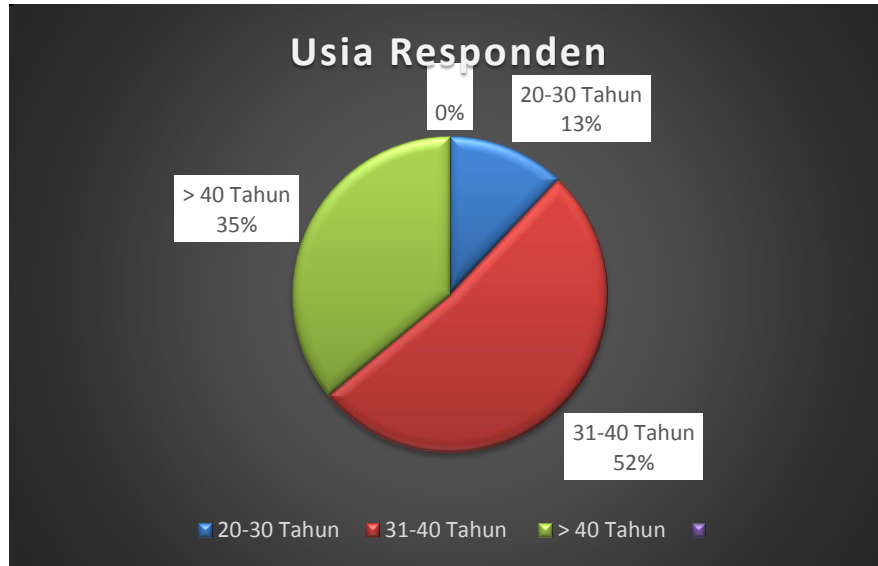
**Sumber:** Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan pada keterangan gambar di atas, dapat diketahui informasi responden berdasarkan jenis kelamin, responden yang berjenis kelamin Perempuan berjumlah 64 orang dengan presentase 67% dan untuk jenis kelamin laki-laki berjumlah sebanyak 32 orang dengan presentase 33%. Dengan demikian konsumen yang bertransaksi di Minimarket Nur Aqilah didominasi oleh responden yang berjenis kelamin Perempuan.

## 2) Usia Responden

Data usia responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan menjadi 3 kategori, yaitu mulai usia 20-30 tahun, 31-40 tahun, dan > 40 tahun. Kategori tersebut merupakan kategori umur konsumen Minimarket Nur Aqilah yang diambil sebagai responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



**Sumber:** Data Primer diolah, 2021.

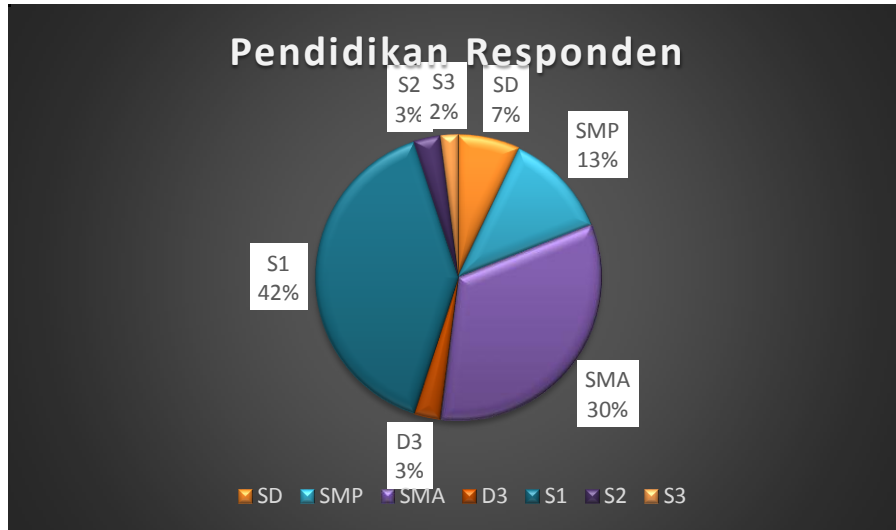
Berdasarkan pada keterangan gambar di atas, dapat diketahui bahwa usia responden dalam penelitian ini yaitu usia 20-30 tahun berjumlah 12 orang dengan presentase 13%, usia 31-40 tahun berjumlah 50 orang atau dengan presentase 52% dan umur > 40 tahun berjumlah 34 atau dengan presentase 35%. Dengan demikian, responden atau konsumen yang bertransaksi di Minimarket Nur Aqilah didominasi oleh responden yang berusia 31- 40 tahun.

### 3) Pendidikan Responden

Data mengenai pendidikan responden pada penelitian ini, peneliti mengelompokkannya menjadi 7 kategori, yaitu SD, SMP, SMA, D3, S1, S2, S3. Adapun data mengenai pendidikan konsumen Minimarket Nur Aqilah yang dijadikan responden dalam penelitian adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**



Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan gambar di atas, gambar tersebut menunjukkan bahwa pendidikan konsumen Minimarket Nur Aqilah yang dijadikan sebagai responden yaitu, SD sebanyak 7 orang dengan presentase sebesar 7%, SMP sebanyak 12 orang dengan presentase sebesar 13%, SMA sebanyak 29 orang dengan presentase sebesar 30%, D3 sebanyak 3 dengan presentase sebesar 3%, S1 sebanyak 40 orang dengan presentase sebesar 42%, S2 sebanyak 3 orang dengan presentase sebesar 3%, dan S3 sebanyak 2 orang dengan presentase sebesar 2%. Data ini menunjukkan bahwa konsumen Minimarket Nur Aqilah yang dijadikan responden dalam penelitian ini didominasi oleh konsumen yang berpendidikan S1.

**c. Skala Pengukuran Instrumen**

Tanggapan konsumen yang berpartisipasi dalam penelitian ini (responden) mengenai Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen Minimarket Nur Aqilah Pamekasan Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan dijelaskan melalui tanggapan responden. Variabel Independent terdiri

dari Harga (X1) dengan jumlah pertanyaan 6 butir, dan Kualitas Pelayanan (X2) dengan jumlah pertanyaan 10 butir. Sedangkan variabel Dependent yaitu Minat Beli Konsumen (Y) dengan pertanyaan 8 butir. Sehingga jumlah keseluruhan pertanyaan adalah sebanyak 24 butir.

Peneliti mendapat jawaban responden sebanyak 96 responden dari variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Minat Beli Konsumen. Hasil jawaban tersebut dikelompokkan dengan menghitung frekuensi dan persentasenya. Penilaian dari setiap butir pertanyaan diberi skor 4-3-2-1 dan hasil dari pengelompokan tersebut adalah sebagai berikut::

### 1. Harga(X1)

Tanggapan dari responden terkait variabel Harga (X1) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

**Tabel. 4.2**

**Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga**

No Item	SS		S		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	88	88%	8	8%	-	-	-	-	96
2	78	78%	18	18%	-	-	-	-	96
3	73	73%	23	23%	-	-	-	-	96
4	52	52%	44	44%	-	-	-	-	96
5	6	6%	89	89%	1	1%	-	-	96
6	3	3%	92	92%	1	1%	-	-	96
<b>Jumlah</b>	<b>300</b>		<b>274</b>		<b>2</b>				<b>576</b>

$$\begin{aligned}
 skor &= \frac{(\sum Nx4) + (\sum Nx3) + (\sum Nx2)}{(nx4x6)} \\
 &= \frac{(300x4) + (274x3) + (2x2)}{(96x4x6)} \\
 &= \frac{1200 + 822 + 4}{2304}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{2026}{2304} \\
&= 0,87 \times 100\% \\
&= 87\% \text{ (Sangat Kuat)}
\end{aligned}$$

## 2. Kualitas Pelayanan (X2)

Tanggapan dari responden terkait variabel Kualitas Pelayanan(X2) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

**Tabel. 4.3**  
**Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan**

No Item	SS		S		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	76	76%	20	20%	-	-	-	-	96
2	43	43%	53	53%	-	-	-	-	96
3	22	22%	74	74%	-	-	-	-	96
4	76	76%	20	20%	-	-	-	-	96
5	49	49%	39	39%	8	8%	-	-	96
6	89	89%	7	7%	-	-	-	-	96
7	79	79%	17	17%	-	-	-	-	96
8	71	71%	25	25%	-	-	-	-	96
9	27	27%	69	69%	-	-	-	-	96
10	27	27%	69	69%	-	-	-	-	96
<b>Jumlah</b>	559		393		8				960

$$\begin{aligned}
\text{skor} &= \frac{(\sum N \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum N \times 2)}{(n \times 4 \times 10)} \\
&= \frac{(559 \times 4) + (393 \times 3) + (8 \times 2)}{(96 \times 4 \times 10)} \\
&= \frac{2236 + 1179 + 16}{3840} \\
&= \frac{3431}{3840} \\
&= 0,89 \times 100\% \\
&= 89\% \text{ (Sangat Kuat)}
\end{aligned}$$



### 3. Minat Beli Konsumen (Y)

Tanggapan dari responden terkait variabel Minat Beli Konsumen(Y) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut ini:

**Tabel. 4.4**

**Tanggapan Responden Tentang Variabel Minat Beli Konsumen**

No Item	SS		S		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	27	27%	69	69%	-	-	-	-	96
2	89	89%	7	7%	-	-	-	-	96
3	79	79%	17	17%	-	-	-	-	96
4	71	71%	25	25%	-	-	-	-	96
5	27	27%	69	69%	-	-	-	-	96
6	27	27%	69	69%	-	-	-	-	96
7	76	76%	20	20%	-	-	-	-	96
8	43	43%	53	53%	-	-	-	-	96
<b>Jumlah</b>	439		329						768

$$\begin{aligned} skor &= \frac{(\sum N \times 4) + (\sum N \times 3)}{(n \times 4 \times 8)} \\ &= \frac{(439 \times 4) + (329 \times 3)}{(96 \times 4 \times 8)} \\ &= \frac{1756 + 987}{3072} \\ &= \frac{2743}{3072} \\ &= 0,89 \times 100\% \\ &= 89\% \text{ (Sangat Kuat)} \end{aligned}$$

### 3. Uji Kualitas Data

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk digunakan. Peneliti menggunakan analisis dengan SPSS (*Statistical Package for The Social Science*) versi 20. Berikut ini hasil uji validitas dan reabilitas.

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Hasil ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  merupakan jumlah sampel dan *alpha* ( $\alpha = 5\%$ ). Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dan nilai  $r$  positif, maka item tersebut dapat dikatakan valid, begitupun sebaliknya.

Pada penelitian ini besarnya  $df$  yaitu =  $96-2$  atau  $df = 94$  dan  $\alpha 0,05$  ( $\alpha=5\%$ ) sehingga diperoleh  $r_{tabel}$  1,6612. Selanjutnya hasil perhitungan menggunakan SPSS, diperoleh nilai  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$ . Hasilnya adalah sebagai berikut:

**Tabel. 4.5**

**Hasil Uji Validitas Variabel X1**

Item	Koefisien korelasi	$r_{tabel}$	Validitas
X1.1	0,699	1,6612	Valid
X1.2	0,677	1,6612	Valid
X1.3	0,630	1,6612	Valid
X1.4	0,579	1,6612	Valid
X1.5	0,350	1,6612	Valid
X1.6	0,340	1,6612	Valid

**Sumber:** Output SPSS, data primer diolah, 2021.

**Tabel. 4.6**

**Hasil Uji Validitas Variabel X2**

Item	Koefisien korelasi	$r_{\text{tabel}}$	Validitas
X2.1	0,685	1,6612	Valid
X2.2	0,572	1,6612	Valid
X2.3	0,350	1,6612	Valid
X2.4	0,685	1,6612	Valid
X2.5	0,426	1,6612	Valid
X2.6	0,505	1,6612	Valid
X2.7	0,372	1,6612	Valid
X2.8	0,589	1,6612	Valid
X2.9	0,561	1,6612	Valid
X2.10	0,601	1,6612	Valid

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

**Tabel. 4.7**

**Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Item	Koefisien korelasi	$r_{\text{tabel}}$	Validitas
Y.1	0,758	1,6612	Valid
Y.2	0,563	1,6612	Valid
Y.3	0,433	1,6612	Valid
Y.4	0,636	1,6612	Valid
Y.5	0,657	1,6612	Valid
Y.6	0,758	1,6612	Valid
Y.7	0,565	1,6612	Valid
Y.8	0,541	1,6612	Valid

Sumber: Output SPSS, data primer diolah, 2021.

Keterangan:  $r_{\text{hitung}} > 1,6612$ , maka valid

$r_{\text{hitung}} < 1,6612$ , maka tidak valid

Hasil uji validitas butir kuesioner pada tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Harga(X1) Kualitas Pelayanan(X2) dan minat beli konsumen (Y) dinyatakan valid, karena  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , seperti yang tertera pada tabel di atas.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* suatu variabel  $>0,60$  maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Jika nilai *Cronbach's Alpha* suatu variabel  $<0,60$  maka instrumen tersebut tidak reliabel. Berikut ini adalah tabel hasil uji reliabilitas:

**Tabel. 4.8**

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0,713	Reliabel
X2	0,724	Reliabel
Y	0,750	Reliabel

**Sumber:** Output SPSS, data primer yang diolah, 2021

Keterangan : *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$ , maka reliabel

*Cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $< 0,60$ , maka tidak reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, maka semua indikator dari variabel *transparancy*, *responsibility* dan minat beli konsumen pada tabel di atas dikatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$ . Indikator yang digunakan oleh variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan minat beli konsumen dapat dipercaya untuk bisa digunakan alat ukur variabel.

## 4. Uji Asumsi Klasik

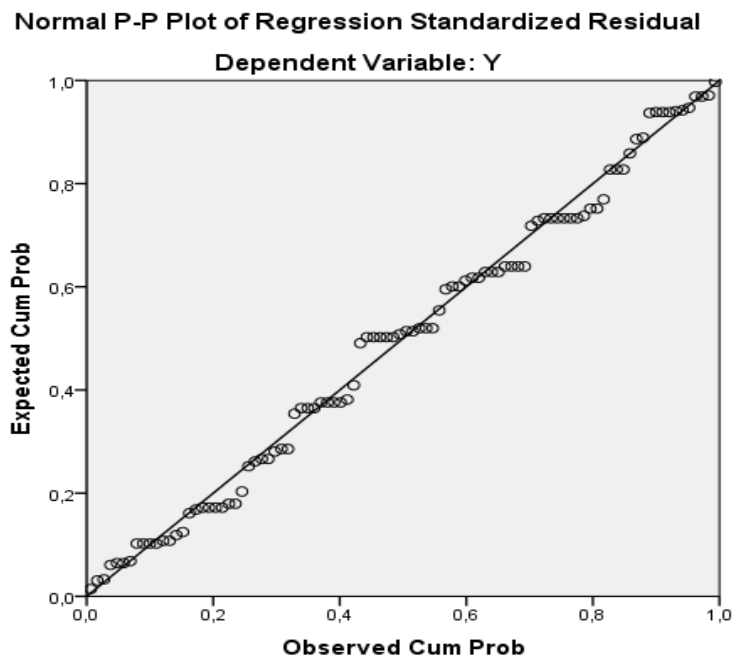
Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai baik atau tidaknya nilai regresi yang digunakan selama penelitian ini. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap minat beli konsumen di Minimarket Nur Aqilah, sehingga pada uji asumsi klasik digunakan untuk menguji Hargadan

Kualitas Pelayanan terhadap minat beli konsumen. Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

**a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent*, dan *dependen*, nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *Normal Probability Plot* dan *One-Sampel Kolmogrov-Smirnov*. Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik *Normal Probability Plot*,

**Gambar 4.4**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**Grafik *Normal Probability Plot***



Sumber: Output SPSS, 2021

Dari hasil output SPSS 20 di atas, pada grafik *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti

arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Sedangkan uji normalitas menggunakan uji *One Sampel Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

**Tabel. 4.9**  
**Hasil uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,79443051
	Absolute	,065
Most Extreme Differences	Positive	,063
	Negative	-,065
Kolmogorov-Smirnov Z		,635
Asymp. Sig. (2-tailed)		,814

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Sumber:** Otput SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov*, maka diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,241 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini berdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolineritas**

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan kolerasi antar variable bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi. Ada tidaknya gejala multikolineritas dapat diketahui dengan melihat menilai nilai tolerance dan nilai VIF (*varian inflation factor*). Jika nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  maka tidak terjadi

multikolinieritas. Hasil analisis data untuk uji multikolinieritas menggunakan SPSS 20. Berikut hasil analisis data untuk uji multikolinieritas:

**Tabel. 4.10**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 X1	,735	1,360
X2	,735	1,360

a. Dependent Variable: y  
Sumber: Output SPSS, 2021.

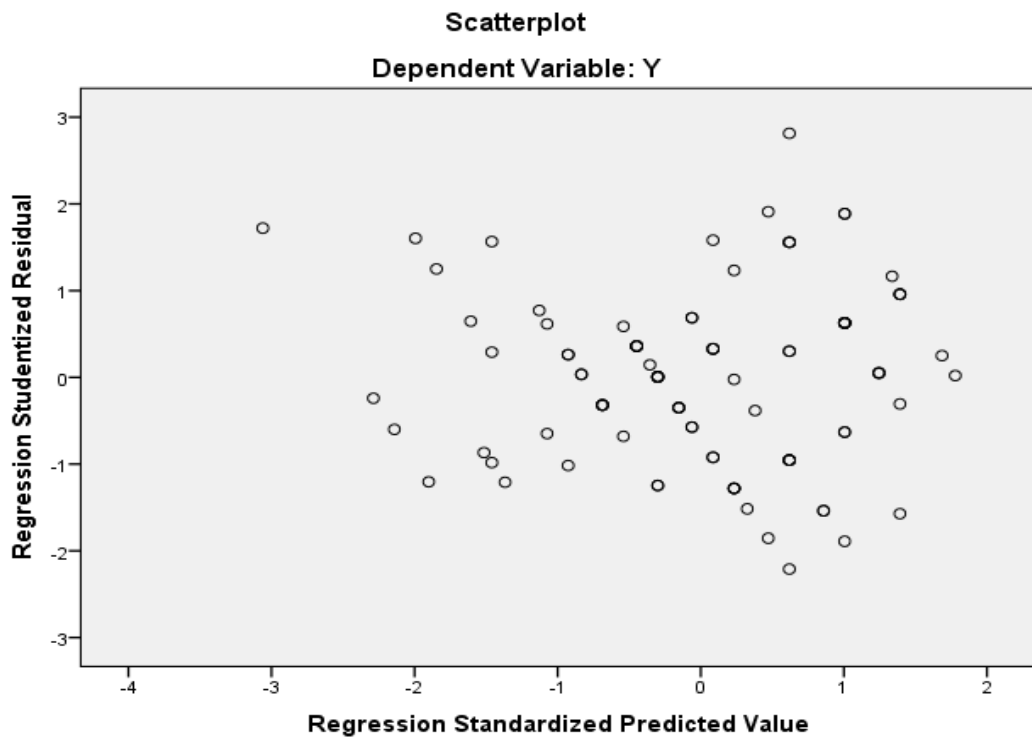
Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel X1 dan X2 dalam model persamaan regresi. Hal ini karena masing-masing variabel independen X1 dan X2 memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF dari masing-masing variabel independen kurang dari 10.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji grafik *Scatterterplots* antara SRESID dan ZEPRED sumbu Y yaitu telah diprediski dan sumbu X yaitu residual. Hasil pengolahan data untuk uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS 21 dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

**Gambar 4.5**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



**Sumber:** Output SPSS, 2021.

Berdasarkan hasil analisis dari grafik *scatterplot* pada gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah dengan angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

**d. Uji Autokorelasi**

Uji Autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah di dalam model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada suatu periode ke periode sebelumnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada masalah autokorelasi. Cara yang dilakukan untuk mendeteksi gejala autokorelasi adalah uji *Durbin Watson*, Dengan taraf signifikan 5%. Hasil pengolahan data uji *Durbin Watson* menggunakan SPSS 20 adalah sebagai berikut:



**Tabel. 4.11**  
**Hasil Uji Durbin Watson**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,942 <sup>a</sup>	,854	,850	0,803	2,139

a. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1

b. Dependent Variable: TotalY

Sumber: Output SPSS, 2021.

**Tabel. 4.12**  
**Hasil Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi**

Dl	Du	4-dl	4-du	DW	Keputusan
1,6254	1,7103	2,3746	2,2897	2,139	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Tabel pengambilan putusan ada tidaknya korelasi

Keterangan:

Nilai DW diperoleh dari tabel *durbin watson* dengan ketentuan = 5% dimana n (sampel) = 100 serta k (jumlah variabel independen) = 2.

Tabel uji autokorelasi dapat diketahui bahwa nilai DW sebesar 2,139, sehingga nilai DW berada diantara nilai DU = 1,7103 dan nilai 4-DU = 2,2897 ( $DU < DW < 4-DU$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif pada data yang diuji.

## B. Pembuktian Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel *independent* (Harga dan Kualitas Pelayanan) atau lebih terhadap variabel *dependent* (Minat Beli Konsumen). Model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Hasil analisis menggunakan SPSS (*Statistic Package for The Social Science*) versi 20, dipeloreh sebagai berikut:

**Tabel. 4.13**  
**Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-3,871	1,587		-2,439	,017
	X1	,282	,081	,161	3,472	,001
	X2	,741	,041	,831	17,954	,000

a. Dependent Variable: Y  
Sumber: Output SPSS, 2021.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien variabel independen Harga (X1) = 0,282 Kualitas Pelayanan (X2) = 0,741 serta konstanta sebesar -3,871. Jadi model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Minat Beli Konsumen = -3,871 + 0,282 (Harga) + 0,741 (Kualitas Pelayanan) + e

Model dari persamaan linear beranda di atas dapat diuraikan sebagai

berikut:

- a. Konstanta sebesar  $-3,871$  menyatakan bahwa jika variabel  $X$  (Independen) tidak dipertimbangkan atau dengan kata lain bernilai nol, maka minat beli konsumen Minimarket Nur Aqilah sebesar  $-3,871$
- b.  $b_1 = 0,282$ , nilai koefisien regresi variabel Harga( $X_1$ ) sebesar  $0,282$ . Jika terjadi peningkatan  $1\%$  pada variabel tersebut, maka minat beli konsumen di Minimarket Nur Aqilah akan meningkat sebesar  $0,282$  dengan asumsi variabel-variabel lainnya yang dianggap tetap.
- c.  $b_2 = 0,741$ , nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan( $X_2$ ) sebesar  $0,741$ . Jika terjadi peningkatan  $1\%$  pada variabel tersebut, maka minat beli konsumen di Minimarket Nur Aqilah akan meningkat sebesar  $0,741$  dengan asumsi variabel-variabel yang lainnya yang dianggap tetap.

## 2. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T)

Uji signifikan individual tiga variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel terhadap variabel terikat dengan  $\alpha = 0.05$  dari pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $> 0,05$  maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$  maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel. 4.14**  
**Hasil Analisa Uji T**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,871	1,587		-2,439	,017
1 X1	,282	,081	,161	3,472	,001
X2	,741	,041	,831	17,954	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis uji parsial (T) pada tabel di atas, pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Variabel Harga (X1) diperoleh  $T_{hitung}$  sebesar 3,472 dengan taraf signifikansi 0,01. Nilai  $T_{tabel}$  untuk model regresi tersebut yaitu 1,985. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung} 3,472 > 1,985$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Variabel Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh  $T_{hitung}$  sebesar 17,954 dengan taraf signifikansi 0,00. Nilai  $T_{tabel}$  untuk model regresi tersebut yaitu 1,985. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung} 3,472 > 1,985$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Kualitas Pelayanan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

### 3. Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan  $\alpha = 0,05$  dan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel bebas tidak berpengaruh pada variabel terikat.
- b. Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Berikut ini adalah hasil uji signifikansi secara simultan (bersama-sama) variabel independen:

**Tabel. 4.15**  
**Hasil Analisis Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349,533	2	174,767	271,085	,000 <sup>b</sup>
	Residual	59,956	93	,645		
	Total	409,490	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS, 2021.

Berdasarkan hasil Uji F pada tabel di atas dapat diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 271,085 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai  $F_{tabel}$  untuk model regresi tersebut yaitu 3,09. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 271,085 > F_{tabel} 3,09$ , dengan demikian keputusannya adalah variabel X (Harga dan Kualitas Pelayanan) berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen di Minimarket Nur Aqilah.

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli Konsumen ( $Y$ ) dengan melihat  $R^2$ . Berikut ini adalah hasil koefisien determinasi:

**Tabel. 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,924 <sup>a</sup>	,854	,850	,803

a. Predictors: (Constant),  $X_2$ ,  $X_1$

Sumber: Output SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya  $R^2$  adalah 0,854 atau 85,4%. Hal ini berarti sebesar 85,4% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya, 85,4% variabel minat beli konsumen di Minimarket Nur Aqilah dijelaskan oleh variabel independen Harga dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan 14,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

## C. Pembahasan

### 1. Hipotesis 1 : Adanya Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Minimarket Nur Aqilah

Harga merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Harga menjadi elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Faktor harga merupakan yang dianggap paling menarik bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.

Berdasarkan dari hasil uji T, Variabel Harga (X1) diperoleh  $T_{hitung}$  sebesar 3,472 dengan taraf signifikansi 0,01. Nilai  $T_{tabel}$  untuk model regresi tersebut yaitu 1,985. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$   $3,472 > 1,985$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Fauzan 2019 tentang “pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor kawasaki” Berdasarkan hasil analisa menunjukkan, bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap minat beli. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik uji t untuk harga diperoleh nilai t hitung sebesar 3,597 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,629 maka penelitian

ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa “Variabel Harga (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Beli (Y).<sup>1</sup>

Kemudian penelitian ini diperkuat dari hasil wawancara yang disampaikan oleh beberapa konsumen mengenai harga. Berkaitan dengan penjelasan di wawancara tersebut, Evi selaku konsumen mengatakan bahwa harga di Minimarket Nur Aqilah sangatlah terjangkau, harganya pun juga berbeda dibandingkan dengan minimarket lain dan menurut Ida selaku konsumen mengatakan bahwa di Minimarket Nur Aqilah harganya stabil.

## **2. Hipotesis 2 : Adanya Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Minimarket Nur Aqilah**

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan menggunakan skala likert berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman. Minat beli adalah minat beli adalah suatu keinginan yang sangat kuat untuk memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan aspek-aspek minat beli menurut Kinneer dan Taylor, yaitu ketertarikan, keinginan, keyakinan. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat membeli konsumen, dimana ketika kualitas pelayanan kurang baik maka akan menurun minat membeli konsumen. Karena dalam proses minat membeli terdapat pengambilan keputusan sebelum dilakukan pembelian, apalagi minimarket ini juga terbilang cukup lengkap produk-produk yang dipasarkan atau di jual.

---

<sup>1</sup> Ahmad Fauzan “pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor kawasaki” ekobis: *ekonomi, bisnis & manajemen* (2019), hlm. 111



Berdasarkan dari hasil uji T, Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) diperoleh  $T_{hitung}$  sebesar 17,954 dengan taraf signifikansi 0,00. Nilai  $T_{tabel}$  untuk model regresi tersebut yaitu 1,985. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  dan nilai  $T_{hitung}$   $3,472 > 1,985$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahma 2007 tentang “analisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap minat membeli dan dampaknya pada keputusan pembelian” menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat membeli dengan nilai kolerasi sebesar 0,32.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Nabila Mahfuza 2018 tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Konsumen Pada Mini Market Indomaret di Kota Medan” hasil penelitian ini menunjukkan besaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat membeli. Kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli sebesar 13,1% hal ini menunjukkan bahwa sisanya sebesar 86,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kemudian dapat diketahui persamaan garis regresi yang dihasilkan, yaitu  $Y = 46,246 + 0,211 X$ . artinya setiap penambahan satu satuan skor variabel kualitas pelayanan (X), maka minat membeli (Y) akan bertambah sebesar 0,211, dengan kata lain semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi minat membelinya.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Nabila Mahfuza, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Konsumen Pada Mini Market Indomaret di Kota Medan” (Skripsi: Universitas Sumatera Utara, Medan 2018), hlm. 33

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan minat beli dapat dikatakan bahwa baik buruknya layanan yang diberikan, memiliki dampak pada kehendak untuk menggunakan layanan yang sama dimasa yang akan datang. pada dasarnya perilaku yang lampau dapat mempengaruhi minat secara langsung dan perilaku yang akan datang. Hubungan antara konsumen dan perusahaan akan kuat jika konsumen memiliki penilaian baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan menimbulkan kepuasan konsumen yang kemudian akan berdampak pada minat beli ulang.

Kemudian penelitian diperkuat dari hasil wawancara kepada konsumen Minimarket Nur Aqilah yang mengatakan konsumen merasa puas ketika berbelanja itu pegawainya menyapa ia ketika baru masuk ke dalam minimarket tersebut. Hal ini penting untuk diperhatikan agar para karyawan menjaga dengan baik kualitas pelayanan terkait sikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan, sikap dapat dipercaya dan adanya pengetahuan luas dan kemampuan dalam mengatasi permasalahan konsumen saat berbelanja agar konsumen merasa puas dan nyaman. Menurut Supandi kualitas yang ada di Minimarket Nur Aqilah sangatlah bagus karena pelayanannya sangat baik dan menurut Rifai di Minimarket Nur Aqilah kualitasnya sangat baik karena dimana di Minimarket Nur Aqilah pelayanannya sampai larutan malem dimana di Minimarket lain tutup jam 9.

### **3. Hipotesis 3 : Adanya Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Minimarket Nur Aqilah**

Dari hasil pengolahan data yang telah peneliti lakukan, maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh secara simultan antara harga dan kualitas

pelayanan terhadap minat beli konsumen di Minimarket Nur Aqilah. Berdasarkan hasil penelitian ini, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di toko Minimarket Nur Aqilah. Yang berarti, bahwa semakin tinggi nilai harga dan kualitas pelayanan maka akan menimbulkan daya tarik konsumen untuk membeli suatu produk. Dimana perusahaan yang memiliki strategi dalam menetapkan harga terbaik dan pelayanan terbaik yang diharapkan konsumen akan menciptakan minat beli ulang konsumen.

Berdasarkan hasil Uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 271,085 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai  $F_{tabel}$  untuk model regresi tersebut yaitu 3,09. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 271,085 > F_{tabel} 3,09$ , dengan demikian keputusannya adalah variabel X (Harga dan Kualitas Pelayanan) berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen di Minimarket Nur Aqilah.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurul Pertiwi 2019 “pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli kembali produk pestisida pada pt. perusahaan perdagangan indonesian (persero) cabang pekanbaru” Dari hasil pengujian hipotesis uji F hitung menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} 89,486 > F_{tabel} 3,10$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli kembali. Dari hasil pengujian koefisien determinasi berganda diperoleh  $R^2$  (R Square) sebesar 0,665 atau 66,5%. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli kembali adalah sebesar

66,5% sedangkan sisanya sebesar 35,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini.<sup>3</sup>

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa konsumen minimarket yang menyatakan mereka merasa nyaman ketika diperlakukan dengan baik oleh pegawai Minimarket Nur Aqilah tersebut. Selanjutnya yaitu tentang minat beli, konsumen mengatakan bahwa mereka akan kembali untuk berbelanja pada minimarket tersebut serta akan merekomendasikan bahwa ia telah berbelanja disana jika mereka merasa sangat puas. Konsumen mengatakan bahwa mereka lebih ingin dimanjakan dengan keramahan pegawai dari minimarket.

Mereka juga mengatakan bahwa merasa sangat tidak puas ketika pegawainya tersebut tidak menyapanya ketika hendak berbelanja dan menjadikan faktor tersebut sebagai hal yang harus dipenuhi oleh pihak manajemen ketika ingin membuat konsumen tersebut merasa puas. Konsumen cenderung tidak memikirkan tentang harga, karena mereka mengetahui bahwa perbedaan harga di minimarket lain itu tidak terlalu jauh. Mereka hanya ingin mendapatkan barang yang mereka inginkan tentunya dengan pelayanan yang baik dari pihak manajemen maupun para pegawainya.

---

<sup>3</sup>Nurul Pertiwi “pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli kembali produk pestisida pada pt. perusahaan perdagangan indonesian (persero) cabang pekanbaru” *JOM FISIP* (11 Juli 2019)