

**THE EFFECT OF LOCATION, PRODUCT QUALITY AND SERVICE QULITY
TOWARDS REVENUE OF TRADERS
AT PASAR MIJEN SEMARANG**

Slamet Maryadi¹⁾, Leonardo Budi H²⁾, Maria M Minarsih³⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang

^{2), 3)} Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang

ABSTRACT

Revenue for traders who sell at Pasar Mijen Semarang totaling 143 people is influenced by selling locations, the quality of products sold as well as the quality of service provided to customers. Formulation of the problem in this research is how the market traders in an effort to increase revenue Mijen Market Semarang .

Population of 143 people are traders at the Pasar Mijen Semarang, where sampling using simple random sampling, and the number of samples taken 59 respondents. The analysis technique used is multiple linear regression and hypothesis testing partially or simultaneously. The calculations show that the variable quality of the goods sold research gives merchants the greatest influence on income, the regression coefficient value of 0.345 or 34.5 percent . The hypothesis states that the location , the quality of goods and services affect the quality of the erchant revenue partially acceptable because the t value of each variable , ie ..801,4.911 and 4.094 t greater than 2.00247 table. F calculated value 7853is greater than the F table is 2.77 , so the hypothesis that that location , quality of goods and service quality affect the income trader simultaneously acceptable .

Keywords : location , quality of goods , services and income quality traders

ABSTRAKSI

Pendapatan pedagang yang berjualan di Pasar Mijen Semarang yang berjumlah 143 orang selama ini dipengaruhi oleh lokasi berjualan, mutu barang yang dijual serta kualitas pelayanan yang diberikan pedagang. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana upaya pedagang di Pasar Mijen Semarang untuk meningkatkan pendapatannya.

Populasi sebanyak 143 orang pedagang di Pasar Mijen Semarang, dimana pengambilan sampel menggunakan *Simple Random Sampling*, dan jumlah sampel yang diambil sebanyak 59 orang responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji hipotesis secara parsial maupun simultan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel penelitian mutu barang yang dijual memberi pengaruh terbesar terhadap pendapatan pedagang, koefisien regresi nilainya sebesar 0.345 atau 34.5 persen. Hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi, mutu barang dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang secara parsial dapat diterima karena nilai t hitung masing-masing variabel, yaitu 3.801, 4.911 dan 4.094 lebih besar daripada t tabel 2.00247. Nilai F hitung 7.853 lebih besar daripada F tabel 2.77, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa bahwa lokasi, mutu barang dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang secara simultan dapat diterima.

Kata kunci : lokasi, mutu barang, kualitas pelayanan dan pendapatan pedagang

1. PENDAHULUAN

Pasar Mijen yang menjadi obyek penelitian terletak di Jalan RM. Subeno, Kelurahan Ngadirgo RT 02/04 Kecamatan Mijen Semarang. Pasar Mijen Semarang termasuk dalam kategori pasar lingkungan, dimana pedagang di pasar tersebut hanya beroperasi dari pagi sampai siang hari (*Pasar Krempyeng*). Menghadapi tingkat persaingan yang semakin kompetitif ini, maka para pedagang di Pasar Mijen harus menerapkan strategi pemasaran yang jitu, agar para pelanggannya tidak beralih berbelanja di pasar tradisional maupun pasar modern

lainnya, karena hal ini akan berdampak negatif bagi pendapatan yang diperoleh para pedagang di Pasar Mijen Semarang.

Pendapatan adalah suatu aliran kas masuk atau kenaikan lain aktiva yang berasal dari penjualan barang atau jasa yang merupakan kegiatan atau aktivitas utama perusahaan atau perorangan (Zaki Baridwan, 2007:32). Pendapatan pedagang dapat dipengaruhi oleh lokasi dimana mereka berjualan (Effendi, 2006:34), demikian juga halnya para pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang. Lokasi adalah tempat yang digunakan oleh pedagang di pasar tradisional, dimana ijinnya diajukan oleh pedagang kepada Walikota lewat UPTD (Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 10 Tahun 2000).

Selain lokasi, maka pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang juga dapat dipengaruhi oleh mutu barang yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pedagang kepada konsumennya. Mutu barang adalah kemampuan suatu barang untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Amstrong, 2003:78), sedangkan kualitas pelayanan merupakan ukuran selisih antar perbedaan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Zeithaml, Parasuraman, Berry dalam Prasetyo, 2008:98).

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana upaya para pedagang di Pasar Mijen Semarang untuk meningkatkan pendapatannya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, mutu barang dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang.

2. TELAAH PUSTAKA

2.1 Lokasi Usaha

Lokasi sebagai segala hal yang menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk tersedia dan dapat diperoleh konsumen dengan mudah (Kotler, 2003:96). Lokasi usaha bagi para pedagang adalah tempat yang digunakan oleh pedagang di pasar tradisional, dimana ijinnya diajukan oleh pedagang kepada Walikota lewat UPTD (Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 10 Tahun 2000).

Persyaratan perijinan lokasi yang harus dipenuhi oleh pedagang, antara lain surat ijin asli/fotocopy/tanda bukti perolehan tempat, fotocopy KTP dan KK yang masih berlaku, pas photo 3 x 4 sebanyak 4 lembar, gambar *lay out* tempat dasaran dan tidak ada tunggakan.

2.2 Mutu Barang

Mutu atau kualitas barang adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Armstrong, 2003:78). Mutu atau kualitas suatu barang memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari aspek-aspek berikut John Sviokla (dalam Lupiyoadi, 2001:56) antara lain adalah kinerja (*performance*), keragaman produk (*features*), kehandalan (*reliability*), kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya (*conformance*), daya tahan/ketahanan (*durability*), kemampuan pelayanan (*serviceability*), estetika (*Aesthetics*) dan kualitas yang dipersepsikan (*perceive quality*).

2.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan (Lovelock dalam Tjiptono 2004:60). Kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan (Rangkuti, 2002:202). Kualitas pelayanan merupakan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan pelanggan

yang di bentuk oleh perbandingan antara ideal dan persepsi dari kinerja kualitas (Zeithaml *et al.*, 2001:92).

Dimensi kualitas pelayanan antara lain adalah kemampuan obyek dalam melaksanakan jasa dengan tepat dan terpercaya (*reliability*), kemampuan untuk memberikan tanggapan yang bersifat cepat atau tanggap kepada pelanggan. (*responsiveness*), kemampuan dan kepercayaan diri para karyawan dalam melayani konsumen (*confidence*), sikap yang menggambarkan perusahaan peduli terhadap para pelanggan (*empathy*) dan adanya penampilan fasilitas, peralatan, personal serta adanya media komunikasi (*tangible*) (Tjiptono (2004:7).

2.4 Pendapatan

Pendapatan adalah aliran kas masuk atau kenaikan lain aktiva suatu badan usaha atau pelunasan utangnya (atau kombinasi) selama suatu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang, penyerahan jasa atau dari kerugian lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha. (Zaki Baridwan, 2007:30). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang dari kegiatan penjualan (Swasta, 2004:201), antara lain lokasi tempat berdagang, kondisi dan kemampuan pedagang, kondisi pasar, modal dan faktor lain seperti kemasan produk dan promosi yang dilakukan oleh pedagang.

2.5 Penelitian Terdahulu

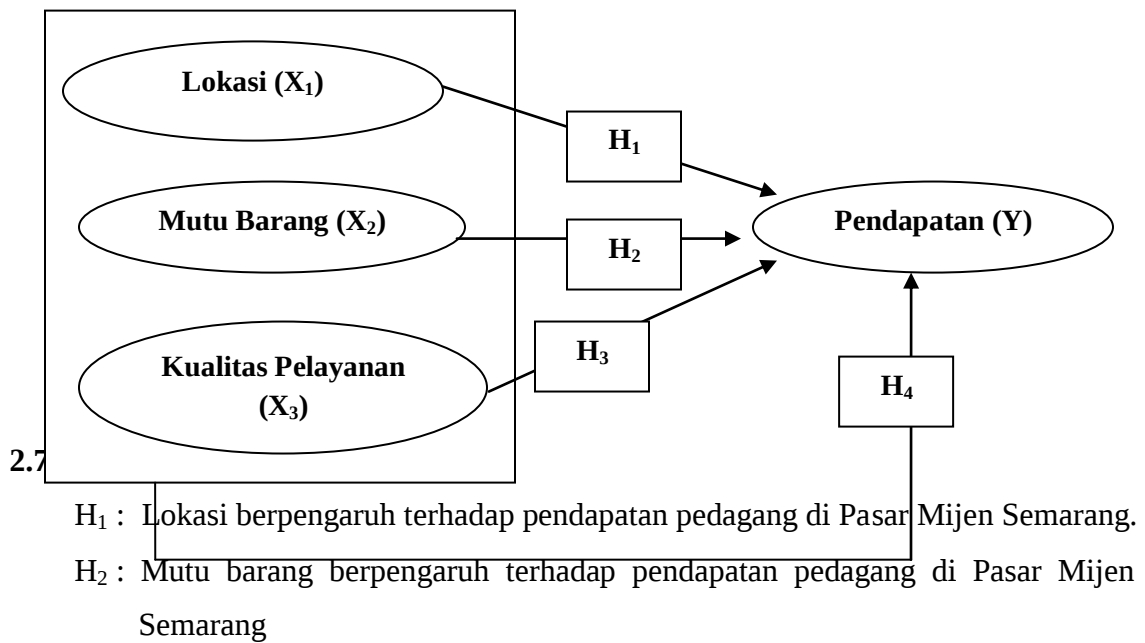
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Alat Analisis	Hasil
----	---------------	-------	---------------	-------

1.	Erwin Rediono Tan (2011)	Pengaruh Faktor Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja di Alfamart Surabaya	Analisis Regresi Berganda	- Harga, promosi penjualan dan pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.
2.	Piki Andalangi, Johny Manaroinsong, Max Tulungen (2013)	Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan pedagang Kecil (Warung) Di Desa Mala Kecamatan Melonguane Kabupaten Kepulauan Talaud	Analisis Regresi Berganda	Modal usaha sangat menentukan pendapatan pedagang, hal ini ditunjukkan oleh uji signifikan di mana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 12,02 > 2,10 serta uji R sebesar 89%.
3.	Wuri Ajeng Cinthya dan Ida Bagus Darsana (2013)	Analisis Pendapatan Pedagang di Pasar Jimbaran, Kelurahan Jimbaran	Multiple Linear Regression Analysis	Variabel jam kerja, modal kerja, lokasi dan jenis produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Jimbaran Kecamatan Kuta Selatan

2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran Teoritis



H₃ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang.

H₄ : Lokasi, mutu barang dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu yang menghubungkan antara konsep-konsep khusus yang akan diteliti dan merupakan suatu yang bersifat abstrak dari gejala tersebut (Husein Umar, 2003:42).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Husein Umar, 2003:43) :

a). Variabel bebas (*independent*)

Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang dapat berdiri sendiri dan mempengaruhi variabel lainnya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah lokasi (X_1), mutu barang (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3).

b). Variabel terikat (*dependent*)

Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang tidak dapat berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh adanya variabel lainnya. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendapatan pedagang (Y).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah degeneralisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2005:67). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang berjualan di Pasar Mijen Semarang yang berjumlah 143 orang.

Sampel dapat didefinisikan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili populasi (Suharsimi Arikunto, 2003:67). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Simple Random Sampling*, dimana semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel dan rumus yang digunakan adalah rumus Slovin. (Husein Umar, 2003:38) dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 59 orang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan skripsi ini jenis data yang digunakan adalah data subyek. Menurut Ferdinand (2006: 34) mengemukakan bahwa data subyek merupakan jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian.

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh 59 orang pedagang yang berjualan di Pasar Mijen Semarang. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini antara lain mengenai sejarah singkat Pasar Mijen Semarang, struktur organisasi Pasar Mijen, *job description*, jumlah pedagang di Pasar Mijen Semarang dan data-data lain yang mendukung penelitian.

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah uji instrumen (uji validitas dan uji rentabilitas), uji asumsi klasik (uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas data), regresi linier berganda, pengujian *goodness of fit* berupa uji statistik parsial (t) dan uji statistik simultan (F) yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas

berpengaruh terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan serta uji Koefisien Determinasi.

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data dan Pembahasan

4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi hasil penelitian ini merupakan tanggapan dari 59 orang responden atas kuesioner yang disebarkan, mengenai pengaruh lokasi, mutu barang dan kualitas pelayanan terhadap pendapatan pedagang.

1. Tanggapan Responden Terhadap Lokasi

Tabel 4.1
Tanggapan Responden Terhadap Lokasi

	X1.1		X1.2		X1.3		X1.4		Rata-rata (%)
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
STS	-	-	2	3.4	2	3.4	1	1.7	2.12
TS	3	5.1	5	8.5	1	1.7	4	6.8	5.52
N	27	45.8	28	47.5	17	28.8	13	22.0	36.02
S	27	45.8	22	37.3	37	62.7	31	52.5	49.57
SS	2	3.4	2	3.4	2	3.4	10	16.9	6.77

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden yang memberikan tanggapan setuju tentang indikator-indikator lokasi yang diduga berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang persentasenya paling besar, yaitu ada 49.57 persen.

2. Tanggapan Responden Terhadap Mutu Barang

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Terhadap Mutu Barang

	X2.1		X2.2		X2.3		X2.4		Rata-rata %
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
STS	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TS	2	3.4	1	1.7	1	1.7	1	1.7	2.12
N	15	25.4	15	25.4	21	35.6	24	40.7	31.77
S	34	57.6	33	55.9	28	47.5	28	47.5	52.12
SS	8	13,6	10	16.9	9	15.3	6	10.2	14.00

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang memberikan tanggapan setuju tentang indikator-indikator mutu barang yang diduga berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang prosentasenya paling besar, yaitu ada 52.12 persen.

3. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

	X3.1		X3.2		X3.3		X3.4		Rata-rata %
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
STS	-	-	-	-	1	1.7	1	1.7	0.85
TS	3	5.1	3	5.1	2	3.4	1	1.7	3.82
N	12	20.3	40	67.8	5	8.5	16	27.1	30.92
S	33	55.9	16	27.1	32	54.2	31	52.5	47.42
SS	11	18.6	-	-	19	32.2	10	16.9	16.92

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa prosentase responden yang memberikan tanggapan setuju tentang indikator-indikator kualitas yang diduga berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang prosentasenya paling banyak, yaitu sebesar 47.42 persen.

4. Tanggapan Responden Terhadap Pendapatan Pedagang

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terhadap Pendapatan Pedagang

	Y.1		Y.2		Y.3		Y.4		Rata-rata %
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
STS	2	3.4	2	3.4	-	-	-	-	1.7
TS	-	-	-	-	3	5.1	3	5.1	2.55
N	7	11.9	10	16.9	10	16.9	18	30.5	19.05
S	26	44.1	31	52.5	29	49.2	24	40.7	46.62
SS	24	40.7	16	27.1	17	28.8	14	23.7	30.07

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan tanggapan setuju tentang indikator-indikator yang diduga berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang prosentasenya paling besar, yaitu 46.62 persen.

4.1.2 Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui menguji kevalidan indikator *two taile* dari variabel penelitian. Uji validitas data dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *corrected item-total correlation* (r hitung) dengan r tabel (Ghozali, 2005:94).

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Validitas

Variabel Penelitian	r hitung	Keterangan
Lokasi (X ₁)		
X1.1	0.477	Valid
X1.2	0.542	Valid
X1.3	0.526	Valid
X1.4	0.519	Valid
Mutu Barang (X ₂)		
X2.1	0.449	Valid
X2.2	0.400	Valid
X2.3	0.431	Valid
X2.4	0.285	Valid
Kualitas Pelayanan (X ₃)		
X3.1	0.568	Valid
X3.2	0.319	Valid
X3.3	0.544	Valid

X3.4	0.440	Valid
Pendapatan pedagang (Y)		
Y.1	0.661	Valid
Y.2	0.670	Valid
Y.3	0.541	Valid
Y.4	0.467	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel penelitian mempunyai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0.2564) (*two tailed*), sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh indikator adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. (Ghozali, 2005:45). Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variable dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Ghozali, 2005:46).

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel Penelitian	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Lokasi (X_1)	0.723	Reliabel
2.	Mutu barang (X_2)	0.611	Reliabel
3.	Kualitas pelayanan (X_3)	0.680	Reliabel
4.	Pendapatan pedagang (Y)	0.779	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi lokasi, mutu barang, kualitas pelayanan dan pendapatan pedagang semua reliabel atau dapat

dipercaya untuk digunakan sebagai variabel dalam penelitian, karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar daripada 0.6.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Jika nilai VIF dari masing-masing variabel yang diteliti kurang dari 10 dan nilai *tolerance* semua variabel bebas lebih besar dari 0,10, maka diduga ada problem multikolonieritas (Gujarati, 2003:89).

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
X1	0.994	1.006	Bebas Multikol
X2	0.998	1.002	Bebas Multikol
X3	0.996	1.004	Bebas Multikol

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

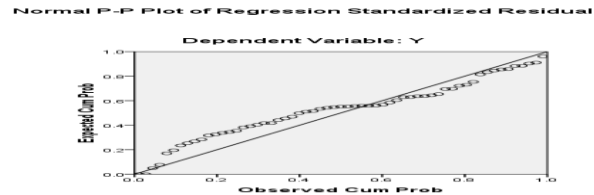
Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini di bawah 10 dan hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 yang artinya tidak ada korelasi antar variabel bebas yang nilainya di atas 90%, sehingga dapat disimpulkan tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi

b. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat terdistribusikan secara normal ataukah tidak. Normalitas atas data dalam penelitian dilihat

dengan cara memperhatikan data (titik) pada *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual* dari variabel terikat (gambar 4.1).

Gambar 4.1
Uji Normalitas dengan Grafik Normal P-Plot

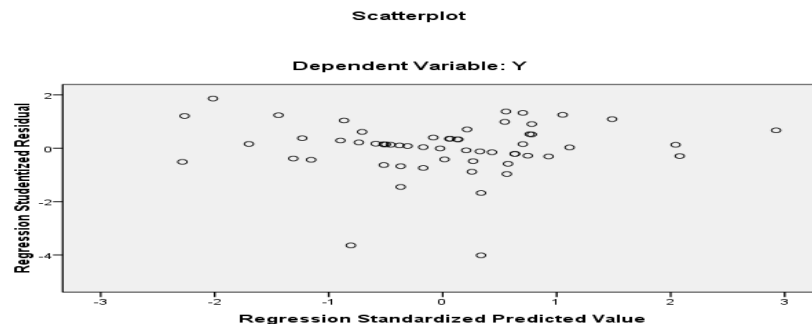


Dengan melihat tampilan grafik normal plot pada gambar 4.1, dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal pada *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual*, serta penyebarannya mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara normal, maka model regresi memenuhi uji normalitas.

c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2005:125).

Gambar 4.2
Scatterplot



Hasil grafik *scatterplot* yang terdapat pada gambar 4.2 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel pendapatan pedagang.

4.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (lokasi, mutu barang dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (pendapatan pedagang).

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	
1	(Constant)	9.870	4.227	
	X1	.120	.150	.103
	X2	.345	.181	.246
	X3	.177	.162	.141

a Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda pada tabel 4.12, maka dapat dibuat persamaan regresi atas pengaruh lokasi, mutu barang dan kualitas pelayanan terhadap pendapatan pedagang adalah sebagai berikut :

$$Y = 9.870 + 0.120 X_1 + 0.345 X_2 + 0.177 X_3 + e$$

4.3 Pengujian *Goodness of Fit*

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan *Goodness of Fit*nya. Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji

statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah di mana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistik berada dalam daerah dimana H_0 diterima (Ghozali, 2005:87).

Tabel 4.9
Hasil Uji t

Variabel Bebas	t hitung	Signifikansi
X_1	3.801	0.000
X_2	4.911	0.001
X_3	4.094	0.002

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

- **Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)**

Nilai t hitung variabel lokasi $3.801 >$ nilai t tabel 2.00247 dan tingkat signifikansi t hitung $0.000 < \alpha 0.025$ (*two tailed*), maka dapat disimpulkan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang.dapat diterima.

- **Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)**

Nilai t hitung variabel lokasi $4.911 >$ nilai t tabel 2.00247 dan tingkat signifikansi t hitung $0.001 < \alpha 0.025$ (*two tailed*), maka dapat disimpulkan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa mutu barang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang.dapat diterima.

- **Pengujian Hipotesis Ketiga (H_3)**

Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar $4.094 >$ nilai t tabel 2.00247 dan tingkat signifikansi t hitung $0.002 < \alpha 0.025$ (*two tailed*), maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang.dapat diterima

- **Pengujian Hipotesis Keempat (H_4)**

Tabel 4.10
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.002	3	12.667	7.853	.001 ^a
	Residual	375.931	55	6.835		
	Total	413.932	58			
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						
b. Dependent Variable: Y						

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

- **Pengujian Hipotesis Keempat (H_4)**

Nilai F hitung $7.853 > F$ tabel 2.77 serta tingkat signifikansi F hitung sebesar $0.001 < \alpha 0.05$, dengan demikian dapat disimpulkan H_0 ditolak dan menerima H_a . Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi, mutu barang dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang dapat diterima.

4.4 Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.603 ^a	.592	.542	2.61440	1.788
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber : Data primer yang diolah, 2014

Nilai dari koefisien determinasi sebesar 0.542, artinya besar variasi pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang yang dapat diterangkan oleh variasi variabel lokasi, mutu barang dan kualitas pelayanan adalah 54.2 persen, sedangkan sisanya pengaruh sebesar 45.8 persen dipengaruhi oleh variasi variabel lain diluar model persamaan regresi, seperti loyalitas

pelanggan, jumlah modal yang dimiliki, jam kerja pedagang, penataan barang dagangan yang menarik/*atmosphere*, konsumen yang loyal (Lupiyoadi, 2001:69).

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan, maka didapatkan hasil :
 - a. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang dapat diterima, karena nilai t hitung variabel lokasi $3.801 > t$ tabel 2.00247 dan tingkat signifikansi t hitung $0.000 < \alpha 0.025$ (*two tailed*).
 - b. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa mutu barang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang dapat diterima, karena karena nilai t hitung variabel mutu barang $4.911 > t$ tabel 2.00247 dan tingkat signifikansi t hitung $0.001 < \alpha 0.025$ (*two tailed*).
 - c. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang dapat diterima, karena nilai t hitung kualitas pelayanan $4.094 > t$ tabel 2.00247 dan tingkat signifikansi t hitung $0.002 < \alpha 0.025$ (*two tailed*).
 - d. Nilai F hitung 7.853 lebih besar daripada F tabel 2.77 serta tingkat signifikansi F hitung sebesar 0.001 lebih kecil daripada $\alpha 0.05$, dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi, mutu barang dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Mijen Semarang dapat diterima.

5.2 Saran

1. Pengelola Pasar Mijen Semarang sebaiknya berupaya meningkatkan kebersihan dan keteraturan lingkungan Pasar Mijen Semarang, agar terlihat bersih dan rapi.
2. Sebaiknya pedagang menjual barang dagangan yang bermutu atau berkualitas baik, hal ini dikarenakan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.
3. Pedagang sebaiknya berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, hal ini dapat dilakukan dengan cara pedagang bersikap lebih ramah, sopan, bersahabat dan cepat dalam memberikan pelayanan dan mengerti apa yang diinginkan oleh pelanggannya,

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng Cinthya, Wuri dan Ida Bagus Darsana, 2013. *Analisis Pendapatan Pedagang di Pasar Jimbaran, Kelurahan Jimbaran*, E Journal, EP. Unud, Volume 2 Nomor 6.
- Andalangi, Piki, Johny Manaroinson dan Max Tulungen, 2013. *Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan pedagang Kecil (Warung) Di Desa Mala Kecamatan Melonguane Kabupaten Kepulauan Talaud*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume 1, Nomor 1.
- Arikunto, Suharsimi, 2003. *Manajemen Penelitian*. Cetakan Ke-3. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Baridwan, Zaki, 2007. *Intermediate Accounting*, Yogyakarta : STIE YKPN
- Damodar Gujarati, 2003. *Ekonometrika Dasar*, Erlangga, Jakarta. Ferdinand, Augusty, 2006. *Manajemen Pemasaran, Sebuah Pendekatan Strategi*, Research Paper Series, Semarang : BP. UNDIP
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip, Semarang.
- Kotler, Philip dan Armstrong , Garry, 2003. *Principle of Marketing*, Prentice Hall Inc
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 10 Tahun 2000 tentang *Pengaturan Pasar*
- Rangkuti, Freddy, 2002. *Marketing Analysis Made Easy Teknik Analisis Pemasaran dan Analisis Kasus Menggunakan Excel dan SPSS*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis* , Bandung: CV Alvabeta
- Tan Erwin Rediono, 2011. *Pengaruh Faktor Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja di Alfamart Surabaya*, Jurnal Kewirausahaan Volume 5, Nomor 2.

Tjiptono, Fandy, 2004. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*, Yogyakarta: J & J Learning,

Umar, Husein, 2003. *Metode Riset Perilaku Organisasi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Zeithaml *et al.*, 2001. *Service Marketing Integrating Customer across the Firm 2nd ed.* Boston : Mc Graw Hill

Zeithaml, V.A, Berry, L.L, Parasuraman, A, 2008. “ *The Behavioral Consequences of Service Quality*”, *Journal of Marketing*, Vol. 60 pp.31-46.