

**PENGARUH LOKASI USAHA TERHADAP PENJUALAN
(Studi Pada Pedagang Eceran Di Sekitar Pasar Bersehati Kota Manado)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Ekonomi Syari'ah pada Fakultas dan Bisnis Islam IAIN Manado



Oleh :

Moh. Sugandi Ma'lumu

NIM : 1741052

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO**

1444 H/2022 M

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Moh. Sugandi Ma'lumu

NIM : 17.4.1.025

Program : Sarjana (Strata Satu)

Institusi : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atas karya saya s endiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya., 23 November 2022

Manado, 23 November 2022

Saya yang menyatakan,



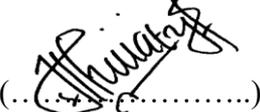
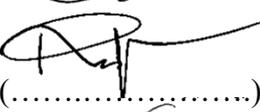
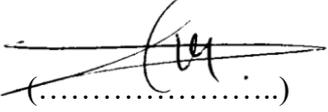
Moh. Sugandi Ma'lumu

PENGESAHAN REVISI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan (Studi Pada Pedagang Eceran Disekitar Pasar Bersehati Kota Manado)” yang disusun oleh Moh. Sugandi Ma’lumu, Nim 17.4.1.052, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada 21 Desember 2022 dinyatakan telah dapat diterima sebagai satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, 27 Desember 2022

DEWAN PENGUJI

| | | |
|---------------|---|---|
| Ketua | : Dr. Radlyah Hasan Jan, S.E, M.Si NIP. 197009061998032001 | (.....  |
| Sekertaris | : Muhammad Azhar Mushlihin, M.M NIDN. 2003038901 | (.....  |
| Munaqisy I | : Syarifuddin, M.Ag NIP. 197411272005011003 | (.....  |
| Munaqisy II | : Rahmawaty, M.Si NIP. 197809202005012010 | (.....  |
| Pembimbing I | : Dr. Radlyah Hasan Jan, S.E, M.Si NIP. 197009061998032001 | (.....  |
| Pembimbing II | : Muhammad Azhar Mushlihin, M.M NIDN. 2003038901 | (.....  |

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Rosdalinia Bukido, S.Ag, M.Hum
NIP. 1978032442006042003

TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI, dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI nomor 158/1987 dan 0543 b/1987, tanggal 22 Januari 1988.

1. Transliterasi Arab-Latin IAIN Manado adalah sebagai berikut:

a. Konsonan Tunggal

| Arab | Indonesia | Arab | Indonesia |
|------|-----------|------|-----------|
| ا | A | ط | ʾ |
| ب | B | ظ | ʿ |
| ت | T | ع | ‘ |
| ث | ṯ | غ | G |
| ج | J | ف | F |
| ح | ḥ | ق | Q |
| خ | Kh | ك | K |
| د | D | ل | L |
| ذ | Ḍ | م | M |
| ر | R | ن | N |
| ز | Z | و | W |
| س | S | ه | H |
| ش | Sy | ء | ’ |
| ص | ṣ | ي | Y |
| ض | ḍ | | |

b. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, harus ditulis secara lengkap, seperti:

احمدِيَّة : ditulis *Ahmadiyyah*

شمسِيَّة : ditulis *Syamsiyyah*

c. Ta' Marbutāh di Akhir Kata

- 1) Bila dimatikan tulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhūriyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

- 2) Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t”

نعمة الله : ditulis *Ni'matullah*

زكاة الفط : ditulis *Zakāt al-Fitr*

d. Vokal Pendek

Tanda *fathah* ditulis “a”, *kasrah* ditulis “i”, dan *damah* ditulis “u”.

e. Vokal Panjang

- 1) “a” panjang ditulis “ā”, “i” panjang ditulis “ī”, dan “u” panjang ditulis “ū”, masing-masing dengan tanda *macron* (¯) di atasnya.
- 2) Tanda *fathah* + huruf *yā'* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis “ai”, dan *fathah* + *wawu* mati ditulis “au”.

f. Vokal-vokal Pendek Berurutan

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (') :

أنتم : *a'antum*

مؤنث : *mu'annas*

g. Kata Sandang Alif + Lam

- 1) Bila diikuti huruf *qamariyyah* ditulis al- :

الفرقان : ditulis *al-furqān*

- 2) Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*, maka al-diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya:

السنة : ditulis *as-Sunnah*

h. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

i. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat

- 1) Ditulis kata per kata atau;

2) Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ الإسلام : *Syaikh al-Islām*

تاج الشريعة : *Tāj asy-Syarī'ah*

التصور الإسلامي : *At-Tasawwural-Islāmi*

j. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata *ijmak*, *nas*, *akal*, *hak*, *nalar*, *paham*, dsb., ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

ABSTRAK

Nama Penyusun : Moh. Sugandi Ma'lumu
Nim : 17.4.1.052
Judul : **Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap penjualan (Studi Pada Pedagang Eceran Disekitar Pasar Bersehati Kota Manado)**

Penelitian ini untuk mengetahui: apakah lokasi usaha secara parsial dan secara simultan berpengaruh terhadap penjualan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pedagang sembako yang sedang dan melakukan perdagangan disekitar Pasar Bersehati Kota Manado sebanyak 148 orang dan yang aktif berjualan 82 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode survei dengan jumlah sampel sebanyak 82 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Untuk mendapatkan data yang akurat peneliti menggunakan bantuan SPSS 25.0. Setelah dilakukan pengolahan data terdapat persamaan analisis regresi linear sederhana. Dan mempunyai pengaruh antara lokasi usaha secara parsial terhadap penjualan pada pedagang eceran disekitar pasar Bersehati kota Manado. Hal ini ditunjukkan bahwa lokasi usaha memiliki nilai t hitung $>$ t tabel : $6,510 > 1,989$ sedangkan signifikansinya $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap penjualan. Sedangkan secara simultan, f hitung $>$ f tabel : $42,386 > 3,11$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Besarnya pengaruh R square adalah 0,346 atau 34,6%. Hal ini dibuktikan berarti lokasi usaha memiliki pengaruh sebesar 34,6% terhadap penjualan, sedangkan sebesar 65,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Sehingga selain faktor lokasi usaha, masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi penjualan pada pedagang eceran disekitar pasar Bersehati kota Manado.

Kata Kunci : *Lokasi Usaha, Penjualan*

ABSTRACT

Name : Moh. Sugandi Ma'lumu
Student Number : 17.4.1.052
Title : The Effect of Business Location on Sales (Study on Retail Traders Around Bersehati Market, Manado City)

This research is to prove if business location partially and simultaneously affect sales. This study is quantitative. The population in this study were 148 basic food traders who traded around the Bersehati Market in Manado City and 82 people who actively sold goods. The sampling technique used was a survey method with a total sample of 82 people. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability, and the data analysis technique used is simple regression analysis. To get accurate data, researchers use SPSS 25.0. After processing the data, there is a simple linear regression analysis equation. And has a partial influence between business location on sales to retail traders around the Bersehati Market in Manado city. It is shown that the business location has a t count > t table: $6.510 > 1.989$ while the significance is $0.000 < 0.05$. It can be concluded that business location has an effect on sales. Meanwhile, simultaneously, f count > f table: $42.386 > 3.11$ with a significance of $0.000 < 0.05$. The magnitude of the influence of R square is 0.346 or 34.6%. This is proven to mean that the location of the business has an influence of 34.6% on sales, while 65.4% is influenced by other variables. It means, other than the business location factor, there are other factors that affect sales to retail traders around the Bersehati market in Manado city.

Keywords: *Business Location, Sales*



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan (studi pada pedagang eceran disekitar pasar bersehati kota Manado)” dengan sebaik-baiknya.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memperoleh program gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat pada pihak-pihak yang membutuhkannya dalam menjalankan tugas masing-masing selama pelaksanaan kuliah sampai dengan penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Dalam penyusunan dan penyelesaian Skripsi tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak yang telah ikut serta membantu menyelesaikan. Atas segala bantuan dan dukungan tersebut, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Delmus Puneri Salim, M.A., M.Res., Ph.D selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
2. Dr. Ahmad Rajafi, M.HI selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Radlyah H. Jan, S.E., M.Si selaku Wakil Rektor II Bidang AUK dan Dr. Musdalifah, M.Si, selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Dr. Rosdalina Bukido, M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
4. Dr. Andi Mukarramah Nagauleng, M.Pd selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
5. Ridwan Jamal, S. Ag, M. HI, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
6. Dr. Munir Tubagus, S.Kom.,M.Cs, selaku wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

7. Sjamsuddin A.K Antuli, S.Ag, MA selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
8. Sjamsudin A.K Antuli, S.Ag, MA selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah mendidik, membantu dan memberikan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Dr. Radiyah Hasan Jan, S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan, arahan, dorongan, juga motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Muhammad Azhar Mushlihin, M.M selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, semangat, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Zeth Natan selaku kepala pengelola pasar bersehati kota Manado, yang sudah banyak membantu dalam penyelesaian penelitian dan juga memberi kesempatan untuk meneliti pasar tersebut.
12. Terimakasih kepada kedua orang tua tersayang yang bernama Halip Ma'lumu dan Yusmin Duran beserta Saudarah-saudarah yang memberikan doa, dorongan, nasehat, serta bantuan dalam penyelesaian studi sampai saat ini pada peneliti.
13. Teruntuk teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2017 yang tidak dapat disebut satu persatu yang selalu memberikan dukungan, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan
14. Teruntuk Staf Rantau Fc Ilham Molamahu, Ikram Makalalag, Bale Ahmad, Zait Pou dan masih banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan dukungan dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan.
15. Teruntuk teman seperjuangan Faqih Buqhuri dan Rizal Hiola, terimakasih telah membantu dan memberikan dorongan.
16. Teruntuk teman Jufri Biki dan Fiska Maida, terimakasih telah membantun dan memberikan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan.

17. Teruntuk Miranty Ismail, terimakasih sampai saat ini telah membantu, mendorong dan menemani penulis sampai dapat menyelesaikan pendidikan saat ini.
18. Semua pihak yang ikut serta dalam proses penyusunan Skripsi ini yang tidak dapat disebut satu persatu. Tidak ada yang dapat penulis berikan atas arti kehadiran kalian setiap perjalanan sampai dengan hari ini. Kecuali sepenggal doa dan harapan semoga Allah Swt tetap memberikan rahmat yang tiada terkira dan menganugerahi kita semua dengan kebaikan dunia dan akhirat. Amin.

Penulis juga menyadari, bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan menjadi sebuah pengetahuan yang berguna bagi yang membutuhkan.

Manado, 23 November 2022

Peneliti



Moh. Sugandi Ma'lumu

NIM: 17.4.1.052

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN..... | i |
| SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| TRANSLITERASI..... | iii |
| ABSRTAK | vi |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar belakang | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 4 |
| C. Batasan Masalah | 5 |
| D. Rumusan Masalah | 5 |
| E. Tujuan Penelitian | 5 |
| F. Manfaat penelitian..... | 5 |
| G. Definisi Operasional | 6 |
| H. Penelitian Terdahulu | 7 |
| BAB II KAJIAN TEORI | 9 |
| A. Manajemen pemasaran..... | 9 |
| B. Lokasi Usaha..... | 11 |
| C. Penjualan | 16 |
| D. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan | 18 |
| E. Pedagang Eceran | 19 |
| F. Hipotesis..... | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 22 |
| A. Jenis Penelitian..... | 22 |
| B. Tempat dan Waktu | 22 |
| C. Populasi dan Sampel | 22 |
| D. Sumber data..... | 23 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 23 |

| | |
|--|-----------|
| F. Teknik Analisis Data..... | 25 |
| G. Sistematika Pembahasan | 28 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 30 |
| A. Sejarah Singkat Perusahaan | 30 |
| B. Analisis Deskriptif | 30 |
| C. Pengujian Instrument | 37 |
| D. Pengujian Hipotesis..... | 42 |
| E. Pembahasan..... | 46 |
| BAB V PENUTUP..... | 49 |
| A. Kesimpulan | 49 |
| B. Saran..... | 49 |
| DAFTAR PUSTAKA | 51 |
| LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1 Penelitian Terdahulu | 7 |
| Tabel 2 Skor Skala Likert..... | 24 |
| Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 31 |
| Tabel 4 Karakteristik Responden berdasarkan Usia..... | 32 |
| Tabel 5 Pernyataan Responden Mengenai Lokasi Usaha | 33 |
| Tabel 6 Pernyataan Responden Mengenai Prnjualan | 35 |
| Tabel 7 Hasil Uji Validitas | 38 |
| Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas | 49 |
| Tabel 9 Metode Uji One Kolmogrov-Smirnov | 41 |
| Tabel 10 Hasil Uji Linearitas | 42 |
| Tabel 11 Penggunaan Metode | 42 |
| Tabel 12 Anova Table | 43 |
| Tabel 13 Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 43 |
| Tabel 14 Nilai Koefisien Determinasi..... | 44 |
| Tabel 14 Hasil Uji T | 45 |

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas 40

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam memulai suatu usaha, salah satu hal yang benar-benar harus dipertimbangkan adalah lokasi usaha. Lokasi usaha yang strategis akan mempengaruhi penjualan dari usaha yang akan dilaksanakan. Selain itu situasi dan kondisi yang tepat juga akan berperan penting pada produk atau jasa yang akan ditawarkan¹.

Lokasi sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi bisnis sebuah perusahaan, keputusan lokasi sering bergantung pada tipe bisnis. Apabila lokasi usaha strategis maka hal tersebut akan memberikan dampak positif bagi usaha itu sendiri seperti meningkatnya pendapatan, dan sebagainya. Namun, jika lokasi usahanya tidak strategis justru akan memberikan dampak yang negatif seperti rendahnya daya jual produk, menurunnya pendapatan usaha, bahkan yang lebih parah usaha tersebut bisa mengalami kegagalan.²

Jika lokasi usaha yang berada di keramaian maka akan memberikan kemudahan bagi orang yang ingin singgah atau membeli barang dagangannya, berbeda dengan lokasi usaha yang berada di gang/lorong karena konsumen yang datang hanya orang-orang terdekat, karena sulitnya akses, misalnya tidak bisa di masuki mobil atau jalannya rusak/becek. Berbeda dengan penjualan yang ada di lokasi keramaian misalnya di pasar, akan memudahkan para pelanggan atau konsumen baru untuk singgah dan membeli barang dagangannya, dan tentu saja akan menaikkan penjualan pedagang tersebut.³

¹ Dwi Indra Lesmana, 'Pengaruh Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro Di Jalan Juanda Samarinda', *Ekonomia*, 7.1 (2018), 120–31 <<http://ejurnal.untag-smd.ac.id/index.php/EKM/article/view/3223>> [accessed 9 September 2021].

² Relon Taufik Hidayat and Sri Zuliarni, 'Pengaruh Lokasi Usaha Pada Volume Penjualan (Survei Pada Restoran Kecil Di Lingkungan Universitas Riau)', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 9.2 (2014), 92–100.

³ Makmur Hasanuddin, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur tempat usaha menjual barang, jasa, dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang sekaligus juga merupakan tempat orang-orang untuk berbelanja. Hal ini dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Adapun fenomena diatas yang selayaknya disebut sebagai pengkonsentrasian kegiatan ekonomi justru menjadi suatu kajian yang menarik untuk diteliti. Apabila ditinjau secara cermat, tingginya pengkonsentrasian aktivitasekonomi tersebut juga berdampak pada pemanfaatan ruang yang intensif hingga meluas sampai kepada pemakaian badan jalan, karena mahalny nilai lahan dan ketatnya persaingan usaha dalam perekonomian lingkungan sekitar pasar.

Secara khusus ketertarikan penelitian ini justru terfokus pada daerah penelitan yang tersebar dalam batasan lingkungan pasar Bersehati Manado, yang merupakan salah satu pasar yang menjual berbagai macam bahan pokok. Dengan kata lain salah satu pasar besar, pasar ini juga tidak terlepas dari adanya eksistensi fenomena konsentrasi dunia bisnis seperti yang dijelaskan di atas.

Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Hal ini terjadi karena pemilihan lokasi yang tepat sering kali menentukan tingkat penjualan suatu usaha. Salah satu usaha yang memerlukan adanya lokasi usaha yang tepat adalah toko eceran. Di kota Manado 50% masyarakatnya menjalankan usaha ini, karena tidak perlu memerlukan modal yang besar. Oleh karena itu pedagang eceran harus memperhatikan lokasi usahanya sebelum menjalankan usaha agar tidak mengalami kegagalan dalam menjalankan usaha ini.

Sebagai mana yang di ungkapkan oleh Fandy Tjiptono bahwa lokasi usaha adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan

kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang memntingkan segi ekonominya.⁴

Penentuan lokasi usaha tersebut harus diperhatikan oleh para pelaku wirausaha karena karena tidak akan pernah lepas dari tanggungjawab lingkungan sekitarnya, dengan melihat bahwa tidak akan merugikan lingkungan sekitarnya dan melakukan kerusakan.⁵ Islam merupakan agama yang mengatur semua aspek di muka bumi dan salah satunya adalah bagaimana manusia melindungi dan menjaga lingkungan, serta tidak merusaknya. Sebagaimana yang telah tertulis dalam firman Allah pada Al-Qur'an Surat Al-A'raf Ayat 56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Terjemahnya : “Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.”

Sebagai salah satu unsur dari bauran pemasaran, lokasi atau tempat usaha diharapkan dapat mendukung program pemasarannya. Lokasi yang tepat merupakan modal untuk mencapai tujuan demikian juga sebaliknya pemilihan lokasi yang salah akan menghambat segala gerak-gerik bisnis sehingga akan membatasi kemampuan memperoleh keuntungan. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis selain itu juga memudahkan pembeli dalam membeli barang dagangan yang ditawarkan. Selain kedekatan dengan target pasarnya,

⁴ Fandy; Tjiptono, 'Strategi Pemasaran', 2019.

⁵ Didin Burhanuddin Rabbani, 'ANALISIS PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM, LOKASI USAHA, DAN PENDIDIKAN TERHADAP PENDAPATAN (STUDI PADA PELAKU WIRAUUSAHA BARANG BEKAS DI PASAR COMBORAN TIMUR KOTA MALANG)', 10.1 (2018), 1–9

<<https://doi.org/10.1103/PhysRevB.101.089902>0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.nantod.2015.04.009%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-018-05514-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-019-13856-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41467-020-14365-2%0Ahttp://dx.doi.org/1>.

ketersediaan infrastruktur yang memadai juga perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti di pasar Bersehati, Manado. Pasar bersih hati adalah pasar yang terletak di kelurahan Calaca, Kecamatan Wenang, kota Manado. Pasar Bersehati merupakan salah satu pasar terbesar di kota Manado dengan jumlah pedagang dan kios terbanyak. Pengunjung yang datang di pasar ini juga masih sangat banyak. Padatnya aktifitas seringkali menimbulkan kemacetan pada waktu-waktu tertentu karna pasar terletak di samping jalan raya lokal. Pasar Bersehati juga mempunyai keunggulan bersaing alamiah yang tidak di miliki secara langsung oleh pasar modern. Selain lokasi yang strategis dan area penjualan yang sangat luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, system tawar menawar yang menunjukkan keakraban antara penjual dan pembeli merupakan keunggulan dari pasar Bersehati. oleh karena itu, lokasi dan situasi pasar Bersehati di manfaatkan oleh pedagang-pedagang eceran untuk mendirikan usaha mereka di sekitar pasar Bersehati. Terdapat beberapa pedagang eceran yang mendirikan usahanya di sekitar pasar Bersehati yang dimana kita ketahui pasar adalah tempat perdagangan dengan berbagai macam produk penjualan.

Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh lokasi terhadap penjualan. Untuk itu, penulis merasa tertarik melakukan suatu penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH LOKASI TERHADAP PENJUALAN (Studi Pada Pedagang Eceran Di Sekitar Pasar Bersehati Kota Manado)”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat masalah-masalah yang dapat disimpulkan identifikasi masalahnya sebagai berikut.

1. Akses lokasi usaha yang sulit dapat mengurangi penjualan
2. Strategi pemasaran pedagang eceran terhadap penjualan

C. Batasan Masalah

Setiap penelitian yang akan dilakukan harus dibatasi masalahnya dan mengingat banyaknya permasalahan yang ditemukan, maka perlu dilakukan pembatasan masalah agar permasalahan yang akan diteliti lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang semula, sehingga peneliti dapat fokus terhadap permasalahan yang ingin diteliti. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan studi pada pedagang eceran di sekitar pasar bersih hati kota Manado
2. Pedagang eceran dalam penelitian ini adalah pedagang eceran yang menjual barang sembako.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap penjualan (studi pada toko eceran di sekitar pasar bersehati kota Manado).

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang akan di capai yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan (studi pada pedagang eceran di sekitar pasar bersehati kota Manado).

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan.

2. Secara Praktis

- a. Penulis

Bagi penulis sebagai pengembangan wawasan keilmuan dan pengetahuan serta untuk penulisan karya ilmiah guna mendapat gelar sarjana.

b. Peneliti Lain

Bagi peneliti lain diharapkan dapat menjadi bahan referensi yang nantinya akan memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama, di masa yang akan datang.

c. Akademisi

Bagi akademisi dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan dapat digunakan sebagai referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian serupa.

G. Definisi Operasional

Dari penelitian ini variabel yang diteliti menjadi dua variabel, yakni:

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen atau variabel bebas (X) adalah lokasi usaha dengan indikatornya yaitu:

- a. Akses lokasi usaha yang mudah di jangkau oleh transportasi umum.
- b. Lokasi usaha dapat di lihat dengan jelas dari tepi jalan
- c. Tempat parkir yang luas dan nyaman
- d. Kemudahan dalam mencapai konsumen
- e. Salah satu faktor primer dalam menentukan lokasi usaha adalah letak pasar
- f. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Misalnya dalam menentukan lokasi rumah makan, perlu dipertimbangkan apakah daerah yang sama sudah banyak berdiri rumah makan.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penjualan dengan indikatornya yaitu:

- a. Kondisi dan kemampuan penjual

- 1) Jenis dan karakteristik yang ditawarkan
 - 2) Harga produk
 - 3) Syarat penjualan, seperti pembayaran, pengiriman, garansi, dan sebagainya.
 - 4) Memiliki sifat sopan, pandai bergaul, pandai berbicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehat jasmani, mengetahui cara-cara penjualan.
- b. Kondisi pasar
- 1) Kelompok pembeli atau segmen pasar
 - 2) Daya belinya
 - 3) Frekuensi pembelinya
 - 4) Keinginan dan kebutuhan.
- c. Modal untuk memperkenalkan produk yang dijual.
- d. Faktor lain periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah juga mempengaruhi penjualan.

H. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

| No | NAMA PENULIS (TAHUN) | JUDUL PENELITIAN | PERSAMAAN | PERBEDAAN |
|----|--|--|--|---|
| 1. | Opan Arifudin dkk, (2020). | Pengaruh Penjualan Personal Dan Lokasi Usaha Terhadap Penjualan (survey pada dealer kanera digital panasonik di kota Bandung). | Penelitian ini juga membahas mengenai pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan | Perbedaan dari penelitian ini ada satu variabel yang berbeda yakni penjualan personal dan menggunakan analisis regresi linear berganda. |
| 2 | Relon Taufik Hidayat dan Sri Zuliarni (2014) | Pengaruh Lokasi Usaha Pada Volume Penjualan (survey pada restoran kecil di lingkungan | Secara garis besar penelitian ini juga ingin mengetahui variabel-variabel tersebut | Perbedaan dari penelitian ini adalah pada objek penelitiannya |

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
| | | Universitas Riau). | mempengaruhi pada penjualan | |
| 3 | Brando Musa dan Jopie J. Rotinsulu (2019) | Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi Terhadap Omzet Penjualan Telur Ayam Pada Pt. Pandu Prima Manado. | Jenis penelitian sebelumnya dengan penelitian ini sama-sama jenis penelitian kuantitatif | Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel x seperti produk, harga, dan promosi yang mempengaruhi penjualan |
| 4 | Andreas Kurniawan (2017) | Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan (studi survey pada pedagang eceran toko di pasar tradisional Pasirian Kabupaten Lumajang). | Sama-sama meneliti pedagang eceran dan sama-sama lokasi penelitiannya di pasar. | perbedaan pada penelitian ini yaitu pada daerah penelitian yang terletak di Pasirian Kabupaten Lumajang, dan juga menggunakan analisis regresi linear berganda. |
| 5 | Garry Rondonuwu dkk (2016) | Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen (studi kasus pasar Swalayan Bororbudur Manado). | Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sama-sama menggunakan teknik penyebaran kuesioner yaitu teknik pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab | Perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada variabel Y yang akan diteliti. |

BAB II KAJIAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu, manajemen dan pemasaran. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli saran untuk mencapai tujuan pemasaran. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan (*controlling*).⁶

Jadi manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi dan mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

Manajemen pemasaran sesungguhnya adalah manajemen permintaan. Manajer pemasaran mengelola permintaan dengan melakukan riset pemasaran, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program pemasaran. Terdapat delapan jenis permintaan dan tugas-tugas pemasaran dalam menghadapi permintaan tersebut, yaitu:

- a. Permintaan negatif, adalah jika sebagian besar pasar tidak menyukai produk tertentu dan bahkan orang bersedia mengeluarkan uang untuk menghindarinya. Tugas pemasaran adalah menganalisa mengapa pasar tidak menyukai produk tersebut dan apakah program pemasaran yang terdiri dari perancangan ulang produk, harga yang lebih rendah, promosi

⁶ Irawan Swastha, Basu, 'Manajemen Pemasaran Modern.', *Liberty, Yogyakarta.*, 2014, p. 10 <<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>>.

yang lebih baik, dan dapat mengubah keyakinan dan perilaku pasar.

- b. Permintaan nol, adalah konsumen sasaran mungkin tidak sadar atau tidak tertarik pada produk tertentu. Tugas pemasaran adalah menemukan cara untuk menghubungkan manfaat produk tersebut dengan kebutuhan dan minat alami seseorang.
- c. *Permintaan laten*, adalah banyaknya konsumen yang memiliki kebutuhan yang kuat yang tidak dapat dipuaskan oleh produk yang sudah ada. Tugas pemasaran adalah mengukur ukuran pasar potensial dan mengembangkan produk yang dapat memuaskan permintaan tersebut.
- d. Permintaan menurun, adalah cepat atau lambat, setiap usaha akan menghadapi permintaan yang menurun pada satu atau lebih produknya. Tugas pemasaran adalah mengembalikan arah penurunan permintaan melalui pemasaran ulang yang kreatif.
- e. Permintaan tidak teratur, adalah terdapatnya permintaan yang berubah-ubah secara musiman atau harian bahkan setiap jam, sehingga menimbulkan masalah kelebihan atau kekurangan kapasitas. Tugas pemasaran adalah mencari jalan untuk mengubah pola permintaan yang sama melalui penetapan harga yang fleksibel, promosi dan insentif lainnya. Ini yang disebut dengan *synchromarketing*.
- f. Permintaan penuh, adalah bila perusahaan mengalami kepuasan dengan volume bisnis mereka. Tugas pemasaran adalah mempertahankan tingkat permintaan saat ini ditengah perubahan preferensi konsumen dan peningkatan persaingan.
- g. Permintaan persaingan, adalah bilamana beberapa perusahaan mengalami tingkat permintaan yang lebih tinggi daripada yang didapat atau yang ingin mereka layani. Tugas pemasaran adalah mencari cara dan tujuan untuk mengurangi produk yang bersangkutan untuk sementara waktu dengan tidak merusak

permintaan. Disebut juga dengan *demarketing*. Ada 2 demarketing yaitu: *General demarketing*, usaha mengurangi ksesluruhan permintaan seperti peningkatan harga, pengurangan promosi dan pelayanan; dan *Selective demarketing*, usaha untuk mengurangi permintaan yang berasal dari pasar yang kurang menguntungkan.

- h. *Permintaan tak bermanfaat*, adalah produk yang tak bermanfaat akan mengundang usaha yang terorganisir untuk mengurangi konsumsinya. Tugas pemasaran adalah merangkul orang-orang yang menyukai produk yang tak bermanfaat agar menghentikannya.⁷

B. Lokasi Usaha

Menurut Tarigan, teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruangr (spatial order) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber- sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial.⁸

Memilih lokasi bisnis yang tepat untuk kegiatan bisnis adalah sangat menentukan keberhasilan atau kegagalan bisnis untuk masa depan. Untuk menetapkan lokasi bisnis ada dua langkah yang perlu di tetapkan yaitu, menentukan masyarakat yang akan dilayani dan memilih lokasi di sekitar masyarakat tersebut. Pemilihan lokasi usaha yang tepat memang mampu memberi pangaruh pada profit dan kontinuitas bisnis sesuai pengharapan pemilik usaha. Lokasi usaha memiliki nilai strategis tidak hanya jangka pendek, namun juga bersifat jangka panjang.⁹

⁷ Swastha, Basu, p. 14.

⁸ Ariffa Tio Hanggita, 'ANALISIS FAKTOR PEMILIHAN LOKASI USAHA JASA PADA UMKM DI KECAMATAN PACIRAN', *Manajemen Bisnis*, 8.2 (2018) <<https://doi.org/10.22219/JMB.V8I2.7069>>.

⁹ Karmila Karmila, 'Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Ditinjau Dalam Ekonomi Islam (Studi Survey Pada Warung Di Kelurahan Harapan Tani Kecamatan Kempas)', 2020 <<https://repository.stai-tbh.ac.id/handle/123456789/36>> [accessed 2 September 2021].

Lokasi usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan dari segi ekonomi.¹⁰

Memilih lokasi usaha merupakan salah satu kegiatan awal yang harus dilakukan sebelum perusahaan mulai beroperasi. Lokasi merupakan salah satu faktor penting sebuah perusahaan karena dapat memengaruhi perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan, menentukan lokasi usaha harus dilakukan sebaik mungkin. Untuk menentukan lokasi dalam masyarakat tertentu, maka perlu dipertimbangkan faktor-faktor berikut, yaitu:

1. Karakteristik demografis konsumen, yaitu keadaan/struktur penduduk berdasarkan usia, jenis kelamin, tempat tinggal dan sebagainya. Yang akan berpengaruh terhadap bentuk, mutu dan jumlah barang yang akan diproduksi dan di jual.
2. Kondisi ekonomi setempat
3. Keadaan penduduk dan penghasilan
4. Persaingan
5. Iklim social dan perdagangan.

Dalam pemilihan lokasi usaha hendaknya pemilik usaha memilih lokasi yang paling minim resiko, karna tidak menutup kemungkinan masalah- masalah akan terjadi dimasa yang akan datang. Kemungkinan masalah yang muncul tersebut antara lain peraturan tempat usaha, dan peraturan pajak.

Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan secara cermat dalam pemilihan lokasi usaha:

1. Akses lokasi yang mudah dijangkau atau dilalui transportasi umum

¹⁰ Tjiptono.

2. Visibilitas, lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan
3. Tempat parkir yang luas dan nyaman
4. Ekspansi, yaitu tersedia tanah/tempat yang cukup luas untuk keperluan perluasan usaha dikemudian hari.
5. Lingkungan, yaitu kondisi lingkungan sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan
6. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Misalnya dalam menentukan lokasi rumah makan, perlu dipertimbangkan apakah daerah yang sama sudah banyak berdiri rumah makan.¹¹

Terdapat 6 faktor kunci dalam memilih lokasi usaha yang ideal yaitu:

1. Tersedianya sumber daya

Tersedianya sumber daya terutama bahan mentah sebagai bahan baku produksi, tenaga kerja dan sarana transportasi akan membantu pengusaha dalam banyak hal. Paling tidak, sumber daya tersebut dapat menghemat biaya.

2. Pilihan pribadi wirausahawan

Pertimbangan pilihan dalam menentukan tempat usaha disesuaikan dengan keinginan kuat wirausahawan itu sendiri. Misalnya faktor keuangan yang tidak memadai.

3. Pertimbangan gaya hidup keluarga

Wirausahawan memilih gaya hidup dengan fokus untuk semata-mata lebih mementingkan keharmonisan rumah tangga atau keluarga daripada kepentingan bisnis. Keluarga menjadi pertimbangan utama dalam menentukan tempat usaha. Artinya tenaga, pikiran, waktu dan lain-lain diperuntukkan bagi keutuhan dan keharmonisan keluarganya, bukan seluruh daya upaya hanya untuk kepentingan bisnis semata.

¹¹ Eko Nur Fu'ad, 'Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara', *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30.1 (2016), 56 <<https://doi.org/10.24856/MEM.V30I1.234>>.

4. Kemudahan dalam mencapai konsumen

Seorang wirausaha dalam menentukan tempat usahanya berorientasi pada pasar (pusat konsentrasi para konsumen berada). Pasar atau tempat penjualan menjadi prioritas dalam pertimbangan bisnisnya.

5. Kondisi lingkungan bisnis

Seorang pengusaha memilih lokasi dengan lingkungan bisnis bertumbuh dan berkembang dan juga sebagai tempat atau sentral (pusat) bisnis.

6. Tersedianya tempat dan usaha

Untuk menentukan usahanya, seorang wirausaha telah menyediakan tempat tinggal, demikian juga biaya, sehingga ia dapat memilih jenis usaha yang akan dijalankan dengan memiliki tempat dan biaya tersebut.

1. Keuntungan memilih lokasi yang tepat

Jika kita dapat memilih lokasi usaha yang tepat, maka perusahaan akan mampu:

- a. Melayani konsumen dengan memuaskan.
- b. Memapatkan bahan mentah yang cukup mudah dan berkesinambungan dengan harga yang layak atau memuaskan.
- c. Mendapatkan tenaga kerja yang cukup.
- d. Memungkinkan perluasan usaha/perusahaan di kemudian hari.

2. Akibat salah memilih lokasi usaha

Beberapa akibat jika kita salah dalam memilih lokasi usaha adalah rendahnya pendapatan operasi yang mungkin akan menyebabkan terjadinya hal-hal seperti berikut:

- a. Tingginya biaya transportasi yang harus dikeluarkan.
- b. Kekurangan tenaga kerja yang kita butuhkan.
- c. Kehilangan kesempatan dalam bersaing.
- d. Tidak cukupnya bahan baku yang tersedia.
- e. Kemungkinan kesulitan dalam pengembangan usaha.

- f. Lebih fatal lagi bisa jadi perusahaan harus tutup atau bangkrut, karena lokasi yang kita pilih tidak strategis.
3. Faktor-Faktor yang Perlu Diperhatikan dalam Memilih Lokasi Usaha
Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam memilih lokasi usaha, diantaranya:
 - a. Faktor primer
 - 1) Letak pasar
 - 2) Letak sumber bahan baku
 - 3) Ketersediaan tenaga kerja
 - 4) Ketersediaan tenaga listrik
 - 5) Ketersediaan air
 - 6) Fasilitas pengangkutan
 - b. Faktor sekunder
 - 1) Fasilitas perumahan, pendidikan, perbelanjaan dan telekomunikasi.
 - 2) Pelayanan kesehatan, keamanan dan pencegahan/ pemadam kebakaran
 - 3) Peraturan pemerintah daerah setempat
 - 4) Sikap masyarakat
 - 5) Peraturan lingkungan hidup
 - 6) Biaya atau izin mendirikan bangunan
 - 7) Tempat parkir
 - 8) Saluran pembuangan limbah
 - 9) Kemungkinan perluasan
 - 10) Karakteristik tanah
 - 11) Lebar jalan

Dari faktor primer dan sekunder tersebut, tentu tidak berlaku seluruh produk dan jasa. Hal tersebut dikarenakan mungkin produk atau jasa tertentu faktor primer dapat diabaikan, tetapi justru faktor sekunder menjadi pertimbangan utama.

C. Penjualan

Penjualan ialah proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Pengertian Penjualan Secara umum menurut Mikhael dan Heri “Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli”.¹²

Menurut Swastha & Irawan penjualan merupakan interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditunjukkan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Dalam pengukuran penjualan bisnis dapat berbeda antara satu bisnis dengan yang lain atau antara satu pemilik bisnis yang lainnya.

Namun, Dawes mengatakan dalam Indarti penjualan suatu bisnis dapat dilihat dari data subjektif atau pun objektif atas berbagai aspek, misalnya pertumbuhan penjualan, pangsa pasar yang dimiliki, dan tingkat keuntungan yang dicapai. Dua pengukuran yang dapat dipakai untuk mengukur penjualan suatu bisnis yakni, kinerja financial dan non-financial. Pengukuran financial merupakan pengukuran tradisional yang biasa digunakan untuk mengukur kinerja suatu bisnis, biasanya berhubungan dengan tingkat profitabilitas bisnis (return on investment). Sedangkan pengukuran non-financial dapat dilihat dari kualitas produk yang dihasilkan, tingkat persediaan,

¹² Fiki Rafik Arfianto and Fatim Nugrahanti, ‘RANCANG BANGUN APLIKASI PENJUALAN PERUMAHAN BERBASIS WEB PADA CV. GRAND PERMATA RESIDENCE MAGETAN’, *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi (SENATIK)*, 1.1 (2019), 174–79 <<http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SENATIK/article/view/1313>> [accessed 31 October 2021].

produktivitas, fleksibilitas, kecepatan pengiriman dan pegawai. Selain pengukuran financial dan non-financial terdapat juga pengukuran subjektif dan objektif. Pengukuran subjektif dapat didefinisikan sebagai penjualan yang diharapkan diterima oleh pemilik bisnis, sedangkan pengukuran objektif salah satunya dapat dilihat dari persentase aktual dari pertumbuhan penjualan atau tingkat keuntungan yang dicapai.

Pada umumnya semua pengusaha atau pedagang mempunyai tujuan yang sama yaitu mendapatkan laba yang maksimal. Namun hal ini bisa terjadi bila semua sesuai dengan yang sudah direncanakan. Menurut Swastha dan Irawan pada umumnya perbisnisan mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan yaitu mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan perbisnisan.

Menurut Taylor, penjualan dipengaruhi oleh dua faktor lingkungan yaitu:

1. Faktor lingkungan tidak terkontrol terdiri dari:
 - a. Sumber daya dan tujuan perusahaan
 - b. Lingkungan persaingan
 - c. Lingkungan ekonomi dan teknologi
 - d. Lingkungan politik dan hukum
 - e. Lingkungan sosial dan budaya
2. Faktor lingkungan terkontrol terdiri dari:
 - a. Produk
 - b. Harga jual
 - c. Distribusi
 - d. Biaya promosi

Jadi pengertian penjualan adalah suatu kegiatan untuk menyalurkan barang kepada konsumen atau pembeli yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan cara promosi yang bersifat mempengaruhi konsumen tersebut hingga barang tersebut sampai

terjual kepada konsumen. Sedangkan konsep penjualan menurut Kotler yaitu keyakinan bahwa para konsumen dan perusahaan bisnis jika dibiarkan tidak akan secara teratur membeli cukup banyak produk-produk yang ditawarkan oleh organisasi tertentu. Oleh karena itu, organisasi tersebut harus melakukan usaha penjualan.¹³

D. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan

Menurut Swatha dan Irawan, Dalam prakteknya kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan adalah sebagai berikut:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu:

- a. Jenis dan karakteristik yang ditawarkan.
- b. Harga produk.
- c. Syarat penjualan, seperti pembayaran, pengiriman, garansi, dan sebagainya.

2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan, yaitu:

- a. Jenis pasarnya.
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasar.
- c. Daya belinya.
- d. Frekuensi pembelinya.
- e. Keinginan dan kebutuhannya.

3. Modal

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 'Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2', 2013, p. 18 <<https://ecampus.unusia.ac.id/repo/handle/123456789/9531>> [accessed 31 October 2021].

Akan lebih sulit bagi perusahaan untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli. Dalam keadaan seperti ini, perusahaan harus memperkenalkan dulu barangnya, salah satu caranya yaitu dengan advertising. Untuk melaksanakan maksud tersebut perusahaan membutuhkan modal, karena hal tersebut hanya dapat dilakukan apabila perusahaan mempunyai modal yang cukup. Perusahaan juga harus menggunakan berbagai macam bentuk advertising yang menjadi modal perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor lainnya.

4. Faktor Lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil kegiatan ini lebih jarang dilakukan.¹⁴

E. Pedagang Eceran

Dunia perdagangan tidak bisa lepas dengan yang namanya pemasaran. Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama marketing. Asal kata pemasaran adalah pasar (market). Apa yang dipasarkan adalah barang dan jasa, memasarkan barang tidak berarti hanya menawarkan barang atau menjual tetapi lebih luas dari itu. Didalamnya tercakup berbagai kegiatan seperti membeli, menjual, dengan segala macam cara, mengangkut barang, menyimpan, mensortir dan sebagainya. menurut Maynard and Beckman dalam bukunya *principles of marketing* menyatakan :

¹⁴ Rina Rachmawati, 'Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan', *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2.2 (2011), 143–50 (p. 148).

“*Marketing embraces all bussiness activities involved in the flow of goods and services from physicial to consumption*” (Marketing berarti segala usaha yang meliputi penyaluran barang dan jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi).¹⁵

Perdagangan eceran kecil biasanya mempunyai dua atau tiga pegawai/pelayan. Pelayan itu kadang-kadang adalah anggota keluarga sendiri, ataupun orang lain yang digaji, yang mengendalikan keuangan, pembelian barang biasanya dipegang langsung oleh pemilik atau keluarga lain yang dipercaya, masih jarang dijumpai sistem menejer bergajih penuh disertai mengurus kegiatan perdagangan eceran ini. Banyak sekali faktor yang mendorong toko-toko eceran menuju ke arah kemajuan, diantaranya yang paling penting adalah pemilihan lokasi. Lokasi atau tempat toko eceran ini memiliki tempat yang strategis yang berpengaruh sangat besar untuk kemajuan kelancaran penjualan barang pada toko tersebut.¹⁶

Pada dasarnya jenis barang yang diperjualbelikan dikelompokkan menjadi tiga, yaitu barang-barang kempineim, barang shopping, dan barang-barang special. Dalam hal ini maksud barang kempineim adalah barang yang mempunyai ciri-ciri kalau seseorang yang ingin membeli dan memilikinya maka dia tidak mempunyai banyak pertimbangan, atau bila seseorang punya niat membeli dan dia mengetahui harga barangnya, maka dia langsung membeli barang tersebut. Contohnya adalah barang kebutuhan sehari-hari atau barang-barang pangan seperti sembako.¹⁷

Convenience Store (toko kebutuhan sehari-hari) yaitu toko kebutuhan sehari-hari yang secara relatif merupakan toko yang kecil yang berada didekat wilayah-wilayah pemukiman. Salah satu

¹⁵ H. Buchari; ALMA, ‘MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA’, 2009, p. 1.

¹⁶ Karmila.

¹⁷ Sayuti, A. Jalaluddin. "Pengantar Bisnis Dalam Perspektif Aktivitas dan Kelembagaan." *Bandung: Alfabeta* (2015).

pedagang eceran berpangkalan tetap adalah toko eceran, toko eceran adalah kedai tempat berjual makanan dan minuman dan sebagainya.

F. Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini yaitu H_a dan H_o dalam bentuk kalimat sebagai berikut:

H_a : Terdapat pengaruh antara pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan

H_o : Tidak terdapat pengaruh antara lokasi usaha terhadap penjualan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹⁸

Penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode survey yakni penelitian data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi.

Menurut Neuman W Lawrence, “penelitian survey adalah penelitian kuantitatif, dalam penelitian survey peneliti menanyakan kebeberapa orang (yang disebut sebagai responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survey berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri”.

B. Tempat dan Waktu

Tempat penelitian yang ditetapkan oleh peneliti di sini adalah toko eceran yang berada di sekitar pasar bersehati, Manado.

Waktu penelitian akan dimulai pada bulan April sampai Mei 2022.

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang untuk diteliti.¹⁹

Sampel adalah bagian dari populasi yang memberikan keterangan atau data untuk suatu penelitian yang terdiri dari nilai/skor atau ukuran peubah-peubah yang bersifat terbatas jumlahnya.²⁰

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, 2012, p. 8.

¹⁹ M.M Amirullah, SE., ‘Populasi Dan Sampel’, *Wood Science and Technology*, 16.4 (2015), 293–303.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang toko eceran yang berada disekitar pasar Bersehati kota Manado yang berjumlah 148 pedagang, yang aktif bejualan 82 pedagang. Karena populasi kurang dari 100 maka semua populasi menjadi sampel penilitian. Sehingga semua populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel penelitian dengan menggunakan metode survei.

D. Sumber Data

Sumber informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan informasi kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan oleh peneliti yang diperoleh dari responden melalui pendapat atau penilaian mereka terhadap variabel penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik atau alat sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dimaksudkan untuk melakukan pengamatan dari berbagai fenomena/ situasi/ kondisi yang terjadi.²¹

²⁰ A. Adib Abadi, 'Problematika Penentuan Sampel Dalam Penelitian Bidang Perumahan Dan Permukiman', *Dimensi (Jurnal Teknik Arsitektur)*, 34.2 (2006), 138–46
<<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/ars/article/view/16546>>.

²¹ Mark Harmon and others, *Metode Penelitian Kuantitatif, Philosophy of Science*, 2016, iv, p. 81
<<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19528854%0Ahttp://libproxy.unm.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=51827937&site=eds->

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.²²

Penelitian ini digunakan pendekatan Skala Likert, yakni untuk mengetahui pandangan seseorang tentang fenomena yang terjadi. Jawaban dari setiap butir pernyataan digunakannya Skala Likert dan untuk pemberian scoring antara lain:

Tabel 2

| | |
|---------------------------|---|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Ragu-ragu (R) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlaku. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.²³

live&scope=site%5Cnhttp://content.ebscohost.com.libproxy.unm.edu/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=51>.

²² Sugiyono, 'Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan r & D)', 2015, 456 (p. 199).

²³ Karmila.

F. Teknik Analisis Data

1. Pengujian instrument

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaan dalam survei dapat mengungkap suatu yang akan diperkirakan oleh survei. Instrumen yang dibuat sebelum disebarkan kepada responden yang berubah menjadi sampel peneliti harus dilakukan uji validitas melalui analisis faktor dengan uji SPSS, sehingga *rundown* pertanyaan yang dibuat tersebut benar-benar siap untuk mengungkap informasi untuk memiliki opsi dalam menjawab masalah sampai target penelitian tercapai.

Suatu alat penduga atau instrumen yang akan diteliti menjadi alat penduga yang memadai atau standar, penduga tersebut harus melalui uji validitas dan reliabilitas dari informasi yang telah dikumpulkan. Uji validitas menurut para ahli dapat memanfaatkan persamaan *perason product moment*, kemudian setelah itu dicoba dengan menggunakan uji t dan setelah itu akan terlihat penafsiran dari indeks hubungan tersebut.

Jika t (hitung) $>$ t (tabel) itu menyatakan bahwa data yang telah dikumpulkan dinyatakan valid, demikian sebaliknya jika t (hitung) $<$ t (tabel) maka data tersebut tidak valid, maka indeks korelasinya (r).

0,800 – 1,000 : sangat tinggi

0,600 – 0,799 : tinggi

0,400 – 0,599 : cukup tinggi

0,200 – 0,399 : rendah

0,000 – 0,199 : sangat rendah (tidak valid).²⁴

²⁴ Astrid Rahmasari, 'Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket', *Applied Microbiology and Biotechnology*, 85.1 (2021), 2071–79 (p. 25).

b. Uji Reabilitas

Uji ini sebenarnya merupakan instrumen untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator suatu variabel atau perkembangan. Sebuah survei seharusnya dinyatakan reliable atau dapat diandalkan jika respon individu terhadap pernyataan tersebut dapat diprediksi atau kadang-kadang stabil.

Estimasi reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- 1) *Repeated measure* atau tindakan pengulangan: Disini seseorang diajukan pertanyaan serupa diberbagai kesempatan, dan kemudian memeriksa apakah dia tetap konsisten dengan jawabannya.
- 2) *One shoot* atau perkiraan sekali saja: Disini perkiraan hanya satu kali dan kemudian hasilnya diperbandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur hubungan antara jawaban atas pertanyaan. SPSS meberikan fasilitas untuk memperkirakan reliabilitas dengan uji faktual Cronbach Alpha (α). suatu pengembangan atau variabel dianggap dapat diandalkan atau reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$.²⁵

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini salah satu metode untuk menguji sebuah model atau persamaan regresi yang akan diujikan. Dengan tujuan memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak biasa dan konsisten. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah uji normalitas, dan uji mulikolinearitas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi norma atau tidak. Ada dua cara yang berbeda untuk melihat apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan

²⁵ Rahmasari, p. 26.

analisis grafik dan uji statistik. Pada tingkat dasar, normalitas dapat dibedakan dengan melihat penyebaran informasi atau dat (titik/fokus) pada proses miring grafik atau dengan melihat histogram residual. Dasar pengambilan keputusan dalam analisis grafik yaitu:

- a) Jika data menyebar disekitar garis miring dan mengikuti arah garis miring atau diagram histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka pada saat itu model regresi memenuhi asumsi normalitas/kewajaran.
- b) Jika data menyebar jauh dari kemiringan dan juga tidak mengikuti arah garis miring atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka pada saat itu model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.²⁶

Uji normalitas dengan diagram dapat menipu jika tidak berhati-hati secara lahiriah terlihat normal, meskipun sebenarnya diagram tersebut cenderung sebaliknya. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan uji grafik yang dilengkapi dengan uji statistik. Untuk menguji normalitas dengan cara selanjutnya adalah uji statistik, penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S).

2) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan agar bisa melihat spesifik data yang diperoleh sudah benar atau tidak.

d. Pengujian Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana dipakai untuk bisa mengetahui bagaimana variabel terikat (Y) diprediksi oleh variabel bebas (X). anda kemudian dapat menggunakan hasil analisis regresi untuk membuat prediksi.

²⁶ Rahmasari, p. 27.

2) Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Dilihat dari tingkat signifikannya, dasar penetapan keputusan tersebut adalah jika tingkat signifikansi $> 0,05$ maka cenderung dianggap H_0 di terima, sedangkan jika sebaliknya H_a ditolak. Sedangkan jika tingkat signifikansinya $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, jika sebaliknya H_a diterima.

Jika dilihat dari perbandingan t hitung dan t tabel, dasar pengambilan keputusan adalah jika t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan jika sebaliknya maka H_a diterima. Sedangkan jika t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan jika sebaliknya maka H_a ditolak.

Hipotesis diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H_0 : Lokasi usaha tidak berpengaruh terhadap penjualan
- H_a : Lokasi usaha berpengaruh terhadap penjualan

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini dilakukan secara terurai dalam lima bagian dan beberapa sub lainnya, dengan penggambaran yang menyertainya.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, serta penelitian terdahulu yang relevan.

BAB II KAJIAN TEORI

Dalam bab ini akan menggambarkan tentang teori-teori yang membantu atau mendasari penelitian yang meliputi: Manajemen pemasaran, lokasi usaha, penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan, pedagang eceran, serta spekulasi pendukung.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini secara singkat menggambarkan kerangka penelitian, mulai dari jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Pasar Bersehati

Pasar tradisional bersehati Manado adalah pasar tradisional yang sudah berdiri sejak tahun 1973 yang terletak di kelurahan Calaca, kecamatan Wenang Kota Manado. Pasar Bersehati merupakan salah satu pasar yang terbesar di Kota Manado, dimana pasar tradisional ini beroperasi 24 jam tanpa henti dan beraktivitas setiap hari tanpa libur. Pasar Bersehati mempunyai tempat yang sangat luas dengan ratusan penjual yang menjual beraneka ragam kebutuhan bahan pokok.

Pasar Bersehati juga merupakan pasar tradisional terbesar baik dari jumlah pedagang, kios, ios, maupun dari jumlah orang yang datang berbelanja. Jumlah pedagang yang berjualan di pasar Bersehati sebanyak 947 untuk pedagang tetap, sedangkan untuk pedagang tidak tetap sebanyak 387 jiwa. Ada berbagai macam pedagang yang berada di pasar Bersehati seperti pedagang ikan, sayur, barito, sembako, dan masih banyak lagi. Kemudian untuk jumlah pedagang sembako sebanyak 148 orang, dan yang aktif berjualan hanya sebanyak 82 orang.

Dengan luas 5 ha, lokasinya yang bersebelahan dengan pelabuhan Manado, yang bagian atasnya dilewati jembatan Soekarno. Keberadaannya memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat, sehingga banyak orang yang datang untuk berbelanja.

“Pasar yang luar biasa dari owner yang luar biasa” – Pak Zeth, manager unit Pasar Bersehati Kota Manado.

B. Analisis Deskriptif

1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai responden adalah pedagang yang menjual bahan sembako di pasar Bersehati Kota Manado sebanyak 82 orang. Berdasarkan pengumpulan data dilapangan dengan menyebarkan kuesioner yang merupakan

pedagang yang sedang melakukan penjualan barang dagangannya di pasar bersehati kota Manado. Peneliti juga membuat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia.

a. Profil responden berdasarkan jenis kelamin

Profil responden berdasarkan jenis kelamindapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3

Profil responden berdasarkan jenis kelamin

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | LAKI LAKI | 43 | 52.4 | 52.4 | 52.4 |
| | PEREMPUAN | 39 | 47.6 | 47.6 | 100.0 |
| | Total | 82 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: ouput SPSS 25.0

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini lebih banyak laki-laki sebesar 52,4%, sedangkan perempuan hanya sebesar 47,6%. Hal ini dibuktikan bahwa pedagang yang melakukan perdagangan bahan sembako di pasar bersehati kota Manado adalah pedagang yang berjenis kelamin laki-laki.

b. Profil responden berdasarkan usia

Profil responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Profil responden berdasarkan usia

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | <30 | 10 | 12.2 | 12.2 | 12.2 |
| | 31-40 | 13 | 15.9 | 15.9 | 28.0 |
| | 41-50 | 50 | 61.0 | 61.0 | 89.0 |
| | 51-60 | 9 | 11.0 | 11.0 | 100.0 |
| | Total | 82 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: output SPSS 25.0

Berdasarkan tabel yang diatas, dapat dilihat bahwa lebih banyak responden yang berusia 41-50 sebesar 61,0%, yang diikuti dengan umur 31-40 sebesar 15,9%, kemudian dibawah 30 sebesar 12,2% dan 51-60 tahun sebesar 11,0%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia 41-50 tahun yakni sebanyak 50 Orang (61,0%).

2. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

a. Deskripsi variabel independen

Di bawah ini adalah tabel 5 yang menunjukkan frekuensi jawaban atas seluruh responden yang berjumlah 82 responden pada pedagang disekitar pasar bersehati kota Manado.

Tabel 5

| Item | STS=1 | TS=2 | R=3 | S=4 | SS=5 | Total | | Statistic |
|------|-------|------|-----|-----|------|-------|------|-----------|
| | F | F | F | F | F | F | % | Mean |
| X.1 | 1 | 11 | 17 | 39 | 14 | 82 | 100% | 3,66 |
| X.2 | 1 | 1 | 11 | 49 | 20 | 82 | 100% | 4,05 |
| X.3 | 1 | 1 | 29 | 43 | 8 | 82 | 100% | 3,68 |
| X.4 | 1 | 1 | 3 | 31 | 46 | 82 | 100% | 4,46 |
| X.5 | 1 | 3 | 41 | 29 | 8 | 82 | 100% | 3,49 |
| X.6 | 1 | 1 | 1 | 13 | 66 | 82 | 100% | 4,73 |

Sumber: output SPSS 25.0

Dari tabel 5 pada item X.1 yang paling banyak responden menjawab “Setuju” sebanyak 39 orang (47%) orang. Tetapi pada item X.1 masih ada juga responden yang menjawab selain “Setuju”, yaitu “Sangat setuju” sebanyak 14 orang (17%), “Ragu-ragu” sebanyak 17 orang (20%), “Tidak setuju” sebanyak 11 orang (13%), sedangkan “Sangat tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%). Item X.2 responden yang menjawab paling banyak yaitu “Setuju” sebanyak 49 orang (59%), kemudian “Sangat setuju” 20 orang (24%), “Ragu-ragu” sebanyak 11 orang (13%), sedangkan yang menjawab “Tidak setuju” dan “Sangat tidak setuju” masing-masing hanya sebanyak 1 orang (1%).

Item X.3 responden menjawab yang paling banyak adalah “Setuju” sebanyak 43 orang (52%), kemudian ada juga yang menjawab selain setuju yaitu “Sangat setuju” sebanyak 8 orang (9%), “Ragu-ragu” sebanyak 29 orang (35%), sedangkan responden yang menjawab “Tidak setuju” dan “Sangat tidak setuju” hanya sebanyak 1 orang (1%). Item X.4 responden menjawab lebih banyak seperti pada item-item sebelumnya yaitu “Sangat setuju”

sebanyak 46 orang (56%), walaupun begitu ada juga yang menjawab selain setuju yaitu “Sangat tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%), kemudian responden yang menjawab “Setuju” sebanyak 31 orang (37%), “Ragu-ragu” sebanyak 3 orang (3%), dan “Tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%).

Item X.5 responden menjawab yang paling banyak yaitu “Ragu-ragu” sebanyak 41 orang (50%), tetapi ada juga yang menjawab selain dari setuju yaitu “Sangat setuju” sebanyak 8 orang (9%), “Setuju” sebanyak 29 orang (35%), “Tidak setuju” sebanyak 3 orang (3%), dan “Sangat tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%). Item X.6 responden lebih banyak menjawab “Sangat setuju” sebanyak 66 orang (80%), sedangkan untuk responden yang menjawab “ragu-ragu”, “Tidak setuju” dan “Sangat tidak setuju” masing-masing hanya sebanyak 1 orang (1%). Kemudian untuk responden yang menjawab “Setuju” sebanyak 13 orang (16%).

Selain itu, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi terdapat pada item X.6 yaitu “Lokasi toko saya dekat dengan pasar” dengan rata-rata 4,73. Hal ini menandakan bahwa masih banyak pedagang-pedangan eceran yang memilih lokasi usahanya berdekatan dengan pasar, yang notabennya pasar adalah pusat industri masyarakat untuk membeli kebutuhan pokok, dan di pasar juga ada banyak pesaing di lokasi tersebut. Sedangkan item terendah terdapat pada item X.5 dengan rata-rata jawaban responden hanya 3,49.

b. Deskripsi Variabel Dependen

Di bawah ini adalah tabel 6 yang menunjukkan frekuensi jawaban atas seluruh responden yang berjumlah 82 responden (pada pedagang eceran disekitar pasar bersehati kota Manado) pada variabel penjualan.

Tabel 6

| Item | STS=1 | TS=2 | R=3 | S=4 | SS=5 | Total | | Statistic |
|------|-------|------|-----|-----|------|-------|------|-----------|
| | F | F | F | F | F | F | % | Mean |
| Y.1 | - | 1 | 3 | 42 | 36 | 82 | 100% | 4.38 |
| Y.2 | - | 1 | 3 | 47 | 31 | 82 | 100% | 4.32 |
| Y.3 | - | 1 | 7 | 52 | 22 | 82 | 100% | 4.16 |
| Y.4 | - | 1 | 2 | 47 | 32 | 82 | 100% | 4.34 |
| Y.5 | - | 1 | 3 | 69 | 9 | 82 | 100% | 4.05 |
| Y.6 | - | 1 | 24 | 52 | 5 | 82 | 100% | 3.74 |
| Y.7 | - | 1 | 2 | 23 | 56 | 82 | 100% | 4.63 |
| Y.8 | - | 1 | 2 | 66 | 13 | 82 | 100% | 4.11 |
| Y.9 | - | 1 | 2 | 48 | 31 | 82 | 100% | 4.33 |
| Y.10 | - | 2 | 16 | 47 | 17 | 82 | 100% | 3.96 |

Sumber: output SPSS 25.0

Dapat dilihat dari tabel di atas menyatakan bahwa Y.1 dominan responden menjawab “Setuju” sebanyak 42 orang (51%) dan yang paling sedikit adalah jawaban “Sangat tidak setuju” karena tidak ada responden yang menjawab itu. Terlihat jelas bahwa pedagang menjual beragam jenis bahan sembako untuk menarik minat pembeli. Meskipun begitu ada juga responden lain yang menjawab “Sangat setuju” sebanyak 36 orang (43%), “Ragu-ragu” sebanyak 3 orang (3%), dan “Tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%).

Item Y.2 yang paling banyak responden menjawab “Setuju” sebanyak 47 orang (57%), dan yang paling sedikit responden menjawab “Sangat tidak setuju” karena tidak ada responden yang

menjawab itu. Tetapi masih ada juga responden yang menjawab “Sangat setuju” sebanyak 31 orang (37%), “Ragu-ragu” sebanyak 3 orang (3%), dan “Tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%). Item Y.3 responden lebih banyak menjawab “Setuju” sebanyak 52 orang (63%), sedangkan jawaban lainnya yaitu “Sangat setuju” sebanyak 22 orang (26%), “Ragu-ragu” sebanyak 7 orang (8%), “Tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%), dan untuk “Sangat tidak setuju” tidak ada responden yang memilih itu.

Item Y.4 responden lebih banyak menjawab “Setuju” sebanyak 47 orang (57%), dan yang paling sedikit responden menjawab “Sangat tidak setuju” karena tidak ada responden yang memilih jawaban tersebut. Tetapi masih ada juga yang menjawab “Sangat setuju” sebanyak 32 orang (39%), “Ragu-ragu” sebanyak 2 orang (2%), dan “Tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%). Item Y.5 lebih dominan responden menjawab “Setuju” sebanyak 69 orang (84%) dan yang paling menjawab sedikit adalah “Sangat tidak setuju” karena tidak ada responden yang menjawab itu. Meskipun begitu ada juga responden yang menjawab “sangat setuju” sebanyak 9 orang (11%), “Ragu-ragu” sebanyak 3 orang (3%), dan “Tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%). Selanjutnya pada item Y.6 masih sama pada item-item sebelumnya paling banyak responden menjawab “Setuju” sebanyak 52 orang (63%), “Sangat setuju” sebanyak 5 orang (6%), “Ragu-ragu” sebanyak 24 orang (29%), “Tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%), dan untuk jawaban “Sangat tidak setuju” tidak ada responden yang menjawab itu.

Item Y.7 berbeda dengan item-item sebelumnya pada item Y.7 responden paling banyak menjawab “Sangat setuju” sebanyak 56 orang (68%), dan yang paling sedikit responden menjawab “Sangat tidak setuju” karena tidak ada responden yang menjawab itu. Meskipun begitu ada juga responden yang menjawab “Setuju”

sebanyak 23 orang (28%), “Ragu-ragu” sebanyak 2 orang (2%), dan “Tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%). Selanjutnya pada item Y.8 responden paling banyak menjawab “Setuju” sebanyak 66 orang (80%), “Sangat setuju” sebanyak 13 orang (15%), “Ragu-ragu” sebanyak 2 orang (2%), “Tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%), sedangkan “Sangat tidak setuju” tidak ada yang memilih jawaban tersebut. Kemudian item Y.9 paling banyak menjawab “Setuju” sebanyak 48 orang (58%), dan yang paling sedikit menjawab “Sangat tidak setuju” karena tidak ada responden yang menjawab itu. Tetapi ada juga yang menjawab “Sangat setuju” sebanyak 31 orang (37%), “Ragu-ragu” sebanyak 2 orang (2%), dan “Tidak setuju” sebanyak 1 orang (1%). Terakhir item Y.10 responden menjawab “Sangat setuju” sebanyak 17 orang (20%), “Setuju” sebanyak 47 orang (57%), “Ragu-ragu” sebanyak 16 orang (19%), “Tidak setuju” sebanyak 2 orang (2%), sedangkan “Sangat tidak setuju” tidak ada responden yang memilih jawaban tersebut.

Selain itu, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi terdapat pada item Y.7 dengan rata-rata 4,63. Hal ini menandakan bahwa pedagang mengetahui hari dimana banyaknya pembeli yang akan datang di pasar untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, sehingga akan banyak konsumen yang membeli dagangan mereka. Sedangkan item terendah terdapat pada item Y.6 dengan rata-rata jawaban responden hanya 3,74. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pedagang tidak yakin terhadap barang dagangannya, karena dari semua bahan sembako yang dia jual pasti ada salah satu atau beberapa bahan yang tidak dicari oleh pembeli.

C. Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Hasil pengujian validitas menggunakan bantuan

SPSS 25, menggunakan taraf signifikansi 5% untuk tingkat kepercayaan 95%, menggunakan r tabel yang didapatkan dari $df = (N-2)$ yang mana respondennya sebanyak 82 orang dan dikurangi 2 untuk bisa mendapatkan r tabel dengan signifikansi 5% yaitu 0,182. Kemudian untuk menentukan setiap butir pernyataan valid atau tidak dengan cara:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$

Jika $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid}$

Table 7
Uji Validitas

| Variabel | Item | R hitung | R tabel | Keterangan |
|---------------------|------|----------|---------|------------|
| Lokasi Usaha (X) | X.1 | 0,813 | 0,182 | VALID |
| | X.2 | 0,831 | 0,182 | VALID |
| | X.3 | 0,805 | 0,182 | VALID |
| | X.4 | 0,695 | 0,182 | VALID |
| | X.5 | 0,789 | 0,182 | VALID |
| | X.6 | 0,727 | 0,182 | VALID |
| Penjualan (Y) | Y.1 | 0,700 | 0,182 | VALID |
| | Y.2 | 0,719 | 0,182 | VALID |
| | Y.3 | 0,675 | 0,182 | VALID |
| | Y.4 | 0,659 | 0,182 | VALID |
| | Y.5 | 0,699 | 0,182 | VALID |
| | Y.6 | 0,515 | 0,182 | VALID |
| | Y.7 | 0,735 | 0,182 | VALID |
| | Y.8 | 0,763 | 0,182 | VALID |
| | Y.9 | 0,652 | 0,182 | VALID |
| | Y.10 | 0,512 | 0,182 | VALID |

sumber: output SPSS 25.0

Tabel 7 di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa semua nilai r hitung $> r$ tabel pada nilai signifikansi 5%. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa pernyataan dalam angket penelitian ini variabel lokasi usaha (X) terhadap penjualan (Y) dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk pengujian data yang selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas Cronbach's Alpha merupakan cara untuk mengetahui kuesioner memiliki konsistensi jika dilakukan secara terus-menerus. Menurut Wiratna Sujarwerni, kuesioner dikatakan reliable dan konsisten jika cronbach's alpha $> 0,6$.

Tabel 8
Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|--------------|------------------|------------|
| Lokasi Usaha | 0,866 | Reliabel |
| Penjualan | 0,850 | Reliabel |

Sumber: output SPSS 25.0

Tolak ukur untuk Uji Reliabilitas:

- Apabila nilai cronbach's alpha $> 0,6$ dapat dikatakan variabel yang digunakan reliabel dan dapat diteruskan.
- Apabila cronbach's alpha $< 0,6$ dinyatakan variabel tersebut tidak reliabel dan tidak dapat diandalkan.

Tabel 8 menjelaskan bahwa variabel lokasi usaha (X) dan variabel penjualan (Y) dengan nilai cronbach's alpha $> 0,6$ dengan jumlah

pertanyaan sebanyak 16 pertanyaan dinyatakan reliabel dan dapat digunakan.

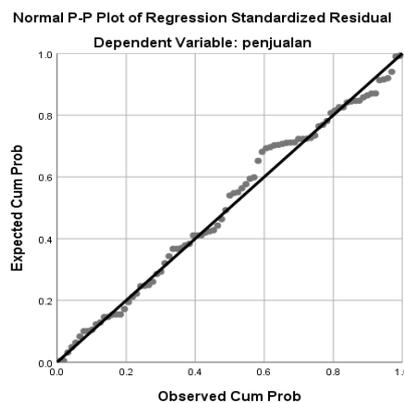
3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

1) Metode Grafik

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan dengan cara analisis grafik yang dinamakan *Normal P-plot Of Regresion Standarizet Residual*. Ketika suatu data yang digunakan berdistribusi normal dilihat dari titik-titik akan menyebar disekitar garis dioagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Gambar 1



Grafik di atas menjelaskan bahwa titik-titik menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, berarti nilai residual terdistribusi normal. Dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah normal, dikarenakan data atau titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

2) Metode Uji *One-Sample Kolmogrov-Smirnov* (KS)

Uji Kolmogorov-.Smirnov dipakai agar bisa membuktikan jika distribusi data berdistribusi normal atau tidak. Data

tersebut dinilai berdistribusi normal jika nilai signifikansinya $> 0,05$.

Tabel 9
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|--|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 82 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 4.53645624 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .087 |
| | Positive | .069 |
| | Negative | -.087 |
| Test Statistic | | .087 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .191 ^c |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |

Sumber: ouput SPSS 25.0

Dari tabel 9 menjelaskan bahwa *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* test menghasilkan *Kolmogorov-Smirnov* senilai 0,087 dengan tingkat sig (2-tailed) senilai 0,191. Jadi taraf sig (2-tailed) 0,191 yang $> 0,05$ maka kesimpulannya data berdistribusi dengan normal.

b. Uji Linearitas

Uji ini digunakan agar bisa mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk hasil keputusannya ialah jika signifikansi deviasi linearitas $> 0,05$ maka didapat hubungan linear antara dua variabel tersebut dan jika nilai signifikansi deviasi dari linearitas $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan linear antara dua variabel.

Tabel 10
Uji Linearitas

| ANOVA Table | | | | | | | |
|--------------------------------|-------------------|--------------------------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| | | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| penjualan * lokasi usaha | Between Groups | (Combined) | 220.095 | 14 | 15.721 | 1.084 | .388 |
| | | Linearity | .221 | 1 | .221 | .015 | .902 |
| | | Deviation from Linearity | 219.873 | 13 | 16.913 | 1.166 | .323 |
| | Within Groups | | 971.857 | 67 | 14.505 | | |
| | Total | | 1191.951 | 81 | | | |

Sumber: output SPSS 25.0

Jika dilihat dari tabel 10 di *Deviation From Linearity* pada bagian signifikansinya yaitu 0,323 dan disandarkan pada dasar pengambilan keputusan, maka hubungannya linear karena $> 0,05$.

D. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Berikut hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS pada analisis regresi linear sederhana.

Tabel 11
Penggunaan Metode

| Variables Entered/Removed ^a | | | |
|--|---------------------------|-------------------|--------|
| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
| 1 | Lokasi usaha ^b | . | Enter |
| a. Dependent Variable: penjualan | | | |
| b. All requested variables entered. | | | |

sumber: output SPSS 25.0

Output SPSS di atas menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan serta metode yang digunakan. Variabel yang dimasukkan adalah variabel independen sebagai lokasi usaha dan variabel dependen sebagai penjualan dan metode yang digunakan adalah metode enter.

Tabel 12
Anova Table

| ANOVA ^a | | | | | | |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 883.176 | 1 | 883.176 | 42.386 | .000 ^b |
| | Residual | 1666.934 | 80 | 20.837 | | |
| | Total | 2550.110 | 81 | | | |
| a. Dependent Variable: penjualan | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Lokasi usaha | | | | | | |

Sumber: output SPSS 25.0

Dari output diatas tersebut diketahui bahwa bahwa nilai f hitung = 42.386 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain ada pengaruh variabel lokasi usaha (X) terhadap variabel penjualan (Y).

Tabel 13
Analisis Regresi Linear Sederhana

| Coefficients ^a | | | | | | |
|----------------------------------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.339 | 2.559 | | 2.478 | .015 |
| | Lokasi usaha | .693 | .106 | .588 | 6.510 | .000 |
| a. Dependent Variable: penjualan | | | | | | |

Sumber: output SPSS 25.0

Output SPSS diatas menjelaskan bahwa nilai Constant (a) 6,339 dan nilai lokasi usaha (b) 0,693, sehingga persamaan regresin dapat ditulis:

$$Y = a + b X$$

$$Y = 6,339 + 0,693 X$$

Persamaan analisis regresi memiliki hubungan variabel lokasi usaha (X) dengan variabel penjualan (Y) secara parsial. Persamaan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Nilai Constant sebesar 6,339 mengandung arti bahwa jika terjadi variabel lokasi usaha (nilai X=0) maka penjualan pada Pedagang Disekitar Pasar Bersehati Kota Manado sebanyak 6,339
- b. Nilai Koefisien regresi X sebesar 0,693 maksudnya jika variabel lokasi usaha menyatakan terjadi ketambahan 1% nilai lokasi usaha maka taraf penjualan meningkat sebanyak 0,693. Sehingga dapat disimpulkan variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Sehingga makin strategis lokasi usaha di Pasar Bersehati Kota Manado makin meningkatkan pula penjualan para pedagang.

Tabel 14

Nilai Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .588 ^a | .346 | .338 | 4.565 |
| a. Predictors: (Constant), Lokasi usaha | | | | |

Sumber: output SPSS 25.0

Dari tabel 14 tersebut didapatkan nilai koefisien determinasi (R^2) = 0,346. Maka, terdapat pengaruh antara lokasi usaha terhadap penjualan dengan jumlah 34,6%.

2. Uji T

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau hasil praduga apakah variabel lokasi usaha (X) berpengaruh atau tidak terhadap variabel penjualan (Y) dan Uji t dilakukan agar mengetahui hasil akhir dari hipotesis tersebut.

tabel 15

Uji T

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 6.339 | 2.559 | | 2.478 | .015 |
| | Lokasi usaha | .693 | .106 | .588 | 6.510 | .000 |

a. Dependent Variable: penjualan

Sumber: output SPSS 25.0

Berdasarkan tabel 15 diatas menjelaskan mengambil ketentuan dalam uji analisis regresi linear tersebut ada dua cara:

- Berdasarkan taraf signifikansi pada output SPSS Coefisien di dapatkan pada taraf sig. 0,000. Apabila nilai signifikansinya $< 0,05$ artinya signifikan. Jadi berdasarkan nilai signifikannya pada tabel 15 diketahui $0,000 < 0,05$ dan dapat ditetapkan bahwa lokasi usaha (X) terhadap penjualan (Y) adalah positif.
- Berdasarkan nilai t, diketahui nilai t hitung = 6.510 dan t tabel = 1,989. Jadi, berdasarkan nilai t diketahui $6,510 > 1,989$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan berarti terdapat pengaruh antara lokasi usaha terhadap penjualan.

E. Pembahasan

Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan

Penelitian ini merupakan hasil kajian lapangan dari pedagang eceran tentang pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan (studi pada pedagang eceran disekitar pasar bersehati kota Manado), yang diambil dengan teknik kuesioner. Setelah dijelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian, responden penelitian dan deskripsi variabel penelitian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana yang sebelumnya diuji asumsi klasik meliputi kenormalan, *normalitas* dan *linearitas*. Setelah pengujian hipotesis dilanjutkan dengan pembahasan hasil penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan pada pedagang eceran disekitar pasar bersehati kota Manado. Adapun pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 82 orang dengan identitas jenis kelamin dan usia. Dari hasil pengolahan data maka dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak adalah jenis kelamin laki-laki sebanyak 43 orang dan perempuan sebanyak 39 orang. Dapat dilihat bahwasannya laki-laki lebih minat berdagang di sekitar pasar bersehati kota Manado dibandingkan perempuan. Dengan usia rata-rata paling banyak yaitu 41-50 tahun.

Berdasarkan interpretasi data pada analisis regresi linear diketahui bahwa nilai f hitung = 42,386 dengan signifikansi = 0,000 < 0,05, maka dinyatakan terdapat pengaruh pada lokasi usaha terhadap penjualan untuk besar nilai rasio (R) = 0,588. Dari hasil regresi diperoleh koefisien determinasi (R -squared) = 0,346 yang artinya terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan sebesar 34,6%. Dan pada uji hipotesis dijelaskan bahwa berdasarkan nilai t diketahui t hitung lebih besar dari t tabel ($6,510$) > ($1,989$) maka H_0 di tolak dan H_a di terima yang berarti terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Siska Mardina Annisarizki yang berjudul Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Paguyuban Wirausaha Cilegon (Pawon) dalam Cilegon Car Free Day yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara lokasi usaha dan pendapatan pedagang.

Selain itu, hasil dari penelitian ini juga sesuai dengan teori menurut Tjiptono yang menyebutkan bahwa ada beberapa hal tentang pemilihan lokasi usaha yang bisa mendukung kegiatan perdagangan, yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, kemungkinan ekspansi, lingkungan dan kompetisi.²⁷ Hal ini terlihat pada saat peneliti melakukan observasi awal di Para Bersehati Kota Manado, dari segi lokasi yang strategis dan mudah di akses oleh pembeli.

Menurut Kotler, salah satu menuju sukses adalah lokasi.²⁸ Hal ini terbukti dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terjadi pengaruh lokasi usaha dengan penjualan. Yang mana jika semakin strategis tempat lokasi usaha maka meningkatkan juga penjualan para pedagang. Kemudian diperkuat oleh teori Vera, yaitu jika lokasi bisnis berdekatan dengan para pesaing yang menjual produk sejenis, maka pengusaha harus mempunyai strategi memenangkan kompetisi yaitu memilih lokasi yang strategis sebab pedagang dengan lokasi strategis, pendapatan yang diperoleh cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan lokasi yang tidak strategis.²⁹ Kemudian penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu dari Deisy Maulida Al Hamid (Dkk) dengan judul Analisis Perbandingan Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Pada Pasar Kelapa Dua Dan Pasar Thumburuni Fakfak yang mengatakan bahwa lokasi usaha sangat berpengaruh terhadap penjualan. Hal ini dibuktikan pada saat peneliti

²⁷ Annisarizki Siska Mardina, 'Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Paguyuban Wirausaha Cilegon (Pawon) Dalam Cilegon Car Free Day', *Ekp*, 13.3 (2017), 1576–80 (p. 126).

²⁸ Budi Prihatminingtyas, 'Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Ladungsari', 7.2 (2019), 147–54.

²⁹ Dewa Made Aris Artaman, Mi Nyoman Yuliarmi, and I Ketut Djayastra, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar', *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 02 (2016), 87–105.

melakukan penelitian dan mendapatkan hasil dengan mealalui uji-uji yang peneliti lakukan, seperti pada uji hipotesis yang mendapatkan hasil nilai t diketahui t hitung lebih besar dari t tabel $(6,510) > (1,989)$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima yang berarti terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap penjualan.

Menurut Hidayat dan Zuliarni, lokasi yang tepat merupakan modal untuk mencapai tujuan demikian juga sebaliknya pemilihan lokasi yang salah akan menghambat segala gerak-gerik bisnis sehingga akan membatasi kemampuan memperoleh keuntungan.³⁰ Hal ini telah peneliti buktikan dengan indicator yang peneliti buat pada variabel (X) lokasi usaha yang dijadikan pernyataan terstruktur.

³⁰ DEISYA MAULIDA AL HAMID and others, 'Analisis Perbandingan Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Pada Pasar Kelapa Dua Dan Pasar Thumburuni Fakkak 1', *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2.1 (2022), 171–81.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulannya setelah dilakukan pengujian instrument yaitu uji validitas dan uji reliabilitas dibuktikan oleh data pernyataan yang diolah dari SPSS berjumlah 16 pernyataan dinyatakan valid. Selanjutnya uji asumsi kalsik, uji normalitas metode garfik *p-p plot regression standardized residual* terbukti bahwa penyebaran titik-titik disekitar wilayah garis dan mengikuti garis diagonal dan uji normalitas *one sample kolmogrov mirnov* terbukti taraf signifikan (2-tailed) $0,191 > 0,05$, dari kedua metode tersebut dinyatakan bahwa nilai tersebut berdistribusi dengan normal. Untuk uji linearitas menunjukkan variabel pada penelitian ini memiliki hubungan linear karena *deviation from linearity* menunjukkan $0,323$ yang mana $> 0,05$. Selanjutnya uji hipotesis, pada penelitian ini menggunakan dua uji yaitu analisis regresi linear sederhana dan uji t, pada analisis regresi linear sederhana terlihat bahwa nilai constant (a) $6,339$ dan nilai lokasi usaha (b) $0,693$, sehingga memiliki persamaan regresin yaitu $Y = 6,339 + 0,693 X$. pada uji t, diketahui nilaisignifikanya $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan berarti terdapat pengaruh antara lokasi usaha terhadap penjualan.

B. Saran

Dari hasil akahir pada penelitian ini, maka peneliti bisa menyarankan beberapa hal:

1. Diharapkan kepada pedagang eceran agar lebih memperhatikan letak tokonya yakni supaya tidak terlalu dekat dengan badan jalan karena ketika ada pembeli yang membawa kendaraan singgah mereka otomatis memarkirkan kendaraannya disisi jalan dan bisa menyebabkan lalu lintas terganggu.
2. Diharapkan untuk menyediakan tempat parkir yang cukup untuk pembeli.

Semoga dengan adanya penulisan skripsi ini bisa digunakan untuk kepentingan penelitian selanjutnya, dan bisa berguna untuk semua.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Adib Abadi, ‘Problematika Penentuan Sampel Dalam Penelitian Bidang Perumahan Dan Permukiman’, *DIMENSI (Jurnal Teknik Arsitektur)*, 34.2 (2006), 138–46
<<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/ars/article/view/16546>>
- ALMA, H. Buchari;, ‘MANAJEMEN PEMASARAN DAN PEMASARAN JASA’, 2009
- Amirullah, SE., M.M, ‘Populasi Dan Sampel’, *Wood Science and Technology*, 16.4 (2015), 293–303
- Arfianto, Fiki Rafik, and Fatim Nugrahanti, ‘RANCANG BANGUN APLIKASI PENJUALAN PERUMAHAN BERBASIS WEB PADA CV. GRAND PERMATA RESIDENCE MAGETAN’, *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi (SENATIK)*, 1.1 (2019), 174–79
<<http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SENATIK/article/view/1313>>
[accessed 31 October 2021]
- Artaman, Dewa Made Aris, Mi Nyoman Yuliarmi, and I Ketut Djayastra, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Gianyar’, *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 02 (2016), 87–105
- Didin Burhanuddin Rabbani, ‘ANALISIS PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAMI, LOKASI USAHA, DAN PENDIDIKAN TERHADAP PENDAPATAN (STUDI PADA PELAKU WIRAUUSAHA BARANG BEKAS DI PASAR COMBORAN TIMUR KOTA MALANG)’, 10.1 (2018), 1–9
<<https://doi.org/10.1103/PhysRevB.101.089902><http://dx.doi.org/10.1016/j.nantod.2015.04.009><http://dx.doi.org/10.1038/s41467-018-05514-9><http://dx.doi.org/10.1038/s41467-019-13856-1><http://dx.doi.org/10.1038/s41467-020-14365-2><http://dx.doi.org/1>>

Eko Nur Fu'ad, 'Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara', *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30.1 (2016), 56
<<https://doi.org/10.24856/MEM.V30I1.234>>

HAMID, DEISYA MAULIDA AL, NELSON RUMUI, SITI KURNIA, and WA MUTIA, 'Analisis Perbandingan Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Pada Pasar Kelapa Dua Dan Pasar Thumburuni Fakfak 1', *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2.1 (2022), 171–81

Hanggita, Ariffa Tio, 'ANALISIS FAKTOR PEMILIHAN LOKASI USAHA JASA PADA UMKM DI KECAMATAN PACIRAN', *Manajemen Bisnis*, 8.2 (2018) <<https://doi.org/10.22219/JMB.V8I2.7069>>

Harmon, Mark, Bradford Skow, Peter Simonson, Janice Peck, Robert T Craig, John P Jackson, and others, *Metode Penelitian Kuantitatif, Philosophy of Science*, 2016, IV
<<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19528854><http://libproxy.unm.edu/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=51827937&site=eds-live&scope=site%5Cnhttp://content.ebscohost.com.libproxy.unm.edu/ContentServer.asp?T=P&P=AN&K=51>>

Hasanuddin, Makmur, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas', *JURNAL RISET BISNIS DAN MANAJEMEN*, 4.1 (2016)
<<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/12351>> [accessed 1 September 2021]

Hidayat, Relon Taufik, and Sri Zuliarni, 'PENGARUH LOKASI USAHA PADA VOLUME PENJUALAN (Survei Pada Restoran Kecil Di Lingkungan Universitas Riau)', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 9.2 (2014), 92–100

- Karmila, Karmila, 'Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Ditinjau Dalam Ekonomi Islam (Studi Survey Pada Warung Di Kelurahan Harapan Tani Kecamatan Kempas)', 2020 <<https://repository.staitbh.ac.id/handle/123456789/36>> [accessed 2 September 2021]
- Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane, 'Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2', 2013 <<https://ecampus.unusia.ac.id/repo/handle/123456789/9531>> [accessed 31 October 2021]
- Lesmana, Dwi Indra, 'PENGARUH PEMILIHAN LOKASI USAHA TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA MIKRO DI JALAN JUANDA SAMARINDA', *EKONOMIA*, 7.1 (2018), 120–31 <<http://ejurnal.untagsmd.ac.id/index.php/EKM/article/view/3223>> [accessed 9 September 2021]
- Prihatminingtyas, Budi, 'Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja, Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Ladungsari', 7.2 (2019), 147–54
- Prof.Dr.Sugiyono, 'Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan r & D', 2015, 456
- Rachmawati, Rina, 'Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan', *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2.2 (2011), 143–50
- Rahmasari, Astrid, 'Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying Pada Pelanggan Minimarket', *Applied Microbiology and Biotechnology*, 85.1 (2021), 2071–79
- Siska Martina, Annisarizki, 'Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan PedagangPaguyuban Wirausaha Cilegon (Pawon) Dalam Cilegon Car Free Day', *Ekp*, 13.3 (2017), 1576–80
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*, 2012
- Swastha, Basu, Irawan, 'Manajemen Pemasaran Modern.', *Liberty, Yogyakarta.*, 2014 <<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>>

Tjiptono, Fandy;, 'Strategi Pemasaran', 2019

LAMPIRAN

SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Dr. S.H.Sarundajang Kawasan Ring Road I Kota Manado Telepon./Fax (0431) 860616 Manado 95128

Nomor : B- 149 /In.25/F.IV/TL.00.1/09/2022
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

26 September 2022

Kepada Yth:
Pimpinan Unit (Bapak Zeth Natan)
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : Moh. Sugandi Ma'lumu
Nim : 17.4.1.052
Semester : XI (Sebelas)
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud Mengadakan Penelitian Dalam Rangka Penyusunan Skripsi Yang Berjudul: **"Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Pada Pedagang Eceran Disekitar Pasar Bersehati Kota Manado"** Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dengan

Dosen Pembimbing:
1. Dr. Radiyah Hasan Jan, M.SI
2. Muhammad Azhar Mushlihin, M.M

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada Mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian dari bulan September s/d November 2022.

Demikian atas perhatian dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



PLH Dekan,
Dr. Andi Mukkaramah Nagauleng, M.Pd
NIP: 198410122011012008

Tembusan:
1. Mahasiswa Yang Bersangkutan;
2. Arsip.

KUESIONER PENELITIAN
“PENGARUH LOKASI USAHA TERHADAP PENJUALAN
(Studi Pada Pedagang Eceran Disekitar Pasar Bersehati Kota Manado)”

Oleh:
MOH. SUGANDI MA'LUMU
NIM: 17.4.1.052

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis Kelamin :
Umur :

PETUNJUK JAWABAN

1. Setiap jawaban hanya dapat diisi satu kategori
2. Sebelum memberi jawaban yang diinginkan, bacalah terlebih dahulu dengan seksama dan teliti
3. Beri tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang merasa benar
4. Jawaban yang diberikan sesuai dengan apa yang dialami dan tidak dengan tekanan dan pendapat orang lain
5. Jawaban yang diberikan merupakan rahasia bagi peneliti dan tidak mempengaruhi tugas anda
6. Kategori jawaban terdiri dari lima kategori dengan skor minimal 1 dan maksimum 5

Anda akan melihat lima kotak dengan kode SS, S, R, TS, STS. Adapun maknanya adalah :

SS (Sangat Setuju) S (Setuju) R (Ragu-ragu) TS (Tidak Setuju) STS (Sangat Tidak Setuju)

A. Lokasi Usaha

| No | Pernyataan | SS | S | R | TS | STS | Jumlah |
|----|---|----|---|---|----|-----|--------|
| 1 | Tempat usaha saya dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan | | | | | | |
| 2 | Saya menyediakan tempat parkir yang cukup untuk pembeli | | | | | | |
| 3 | Tempat usaha saya mudah dalam mencapai pembeli | | | | | | |
| 4 | Banyak jumlah pesaing disekitar lokasi usaha saya | | | | | | |
| 5 | Tempat usaha saya mudah dijangkau dan dilalui transportasi umum | | | | | | |
| 6 | Tempat usaha saya dekat dengan pasar | | | | | | |

B. Penjualan

| No | Pernyataan | SS | S | R | TS | STS | Jumlah |
|----|---|----|---|---|----|-----|--------|
| 1 | Kondisi dan Kemampuan Penjual | | | | | | |
| | a. Jenis dan karakteristik produk yang saya tawarkan beragam | | | | | | |
| | b. Harga yang saya tawarkan sama dengan harga pasaran produk | | | | | | |
| | c. Saya memahami syarat penjualan, seperti pembayaran, pengiriman, garansi dan sebagainya | | | | | | |
| | d. Saya memiliki sifat sopan, pandai bergaul, pandai | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|--|
| | bicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehat jasmani. | | | | | | |
| 2 | Kondisi Pasar | | | | | | |
| | a. Saya mengetahui kelompok pembeli atau segmen pasar yang memerlukan produk saya | | | | | | |
| | b. Banyak yang mencari barang yang saya jual | | | | | | |
| | c. Saya mengetahui hari/waktu tertentu terjadinya pembelian yang ramai (misalnya; hari pasar) | | | | | | |
| | d. Saya menjual barang yang dibutuhkan dan diinginkan masyarakat sekitar | | | | | | |
| 3 | Saya memiliki modal untuk memperkenalkan produk yang saya jual | | | | | | |
| 4 | Saya melakukan promosi/memberitahukan barang dagangan saya kepada masyarakat | | | | | | |

KUESIONER PENELITIAN
"PENGARUH LOKASI USAHA TERHADAP PENJUALAN
(Studi Pada Pedagang Eceran Disekitar Pasar Bersehati Kota Manado)"

Oleh:
MOH. SUGANDI MA'LUMU
 NIM: 17.4.1.052

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : XANTI ABRAHIM
 Jenis Kelamin : Pemuaian
 Umur : 42

PETUNJUK JAWABAN

1. Setiap jawaban hanya dapat diisi satu kategori
2. Sebelum memberi jawaban yang diinginkan, bacalah terlebih dahulu dengan seksama dan teliti
3. Beri tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang merasa benar
4. Jawaban yang diberikan sesuai dengan apa yang dialami dan tidak dengan tekanan dan pendapat orang lain
5. Jawaban yang diberikan merupakan rahasia bagi peneliti dan tidak mempengaruhi tugas anda
6. Kategori jawaban terdiri dari lima kategori dengan skor minimal 1 dan maksimum 5

Anda akan melihat lima kotak dengan kode SS, S, R, TS, STS. Adapun maknanya adalah :

SS (Sangat Setuju) S (Setuju) R (Ragu-ragu) TS (Tidak Setuju) STS (Sangat Tidak Setuju)

A. Lokasi Usaha

| No | Pernyataan | SS | S | R | TS | STS | Jumlah |
|----|---|----|---|---|----|-----|--------|
| 1 | Tempat usaha saya dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan | ✓ | | | | | |
| 2 | Saya menyediakan tempat parkir yang cukup untuk pembeli | | | ✓ | | | |
| 3 | Tempat usaha saya mudah dalam mencapai pembeli | ✓ | | | | | |
| 4 | Banyak jumlah pesaing disekitar lokasi usaha saya | ✓ | | | | | |
| 5 | Tempat usaha saya mudah dijangkau dan dilalui transportasi umum | | ✓ | | | | |
| 6 | Tempat usaha saya dekat dengan pasar | ✓ | | | | | |

B. Penjualan

| No | Pernyataan | SS | S | R | TS | STS | Jumlah |
|----|---|----|---|---|----|-----|--------|
| 1 | Kondisi dan Kemampuan Penjual | | | | | | |
| | a. Jenis dan karakteristik produk yang saya tawarkan beragam | | ✓ | | | | |
| | b. Harga yang saya tawarkan sama dengan harga pasaran produk | ✓ | | | | | |
| | c. Saya memahami syarat penjualan, seperti pembayaran, pengiriman, garansi dan sebagainya | | ✓ | | | | |
| | d. Saya memiliki sifat sopan, pandai bergaul, pandai | ✓ | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|--|--|--|--|
| | bicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehat jasmani. | | | | | | |
| 2 | Kondisi Pasar | | | | | | |
| | a. Saya mengetahui kelompok pembeli atau segmen pasar yang memerlukan produk saya | | ✓ | | | | |
| | b. Banyak yang mencari barang yang saya jual | ✓ | | | | | |
| | c. Saya mengetahui hari/waktu tertentu terjadinya pembelian yang ramai (misalnya, hari pasar) | | ✓ | | | | |
| | d. Saya menjual barang yang dibutuhkan dan diinginkan masyarakat sekitar | | ✓ | | | | |
| 3 | Saya memiliki modal untuk memperkenalkan produk yang saya jual | | ✓ | | | | |
| 4 | Saya melakukan promosi/memberitahukan barang dagangan saya kepada masyarakat | | ✓ | | | | |

TABULASI DATA

| NO | LOKASI USAHA (X) | | | | | | TOTAL X | PENJUALAN (Y) | | | | | | | | | | TOTAL Y |
|----|------------------|---|---|---|---|---|---------|---------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| 1 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 45 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 44 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 43 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 43 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 42 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 37 |
| 11 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 26 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 41 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 46 |
| 14 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 43 |
| 15 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 44 |
| 16 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 18 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 22 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 19 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 21 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 40 |
| 20 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 21 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 21 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 23 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 22 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 22 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 23 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 44 |
| 25 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 26 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 23 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 40 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 42 |
| 28 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 5 | 22 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 45 |
| 29 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 45 |
| 30 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 44 |
| 31 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 23 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 43 |
| 32 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 40 |
| 33 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 20 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| 34 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 44 |
| 35 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 36 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 37 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 43 |
| 38 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 40 |
| 39 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 44 |
| 40 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 41 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 28 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 43 |

| Correlations | | | | | | | | |
|--|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | X1 | X3 | X2 | X4 | X5 | X6 | Total_X |
| X1 | Pearson Correlation | 1 | .702** | .567** | .365** | .677** | .357** | .813** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .001 | .000 | .001 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| X3 | Pearson Correlation | .702** | 1 | .614** | .350** | .771** | .413** | .831** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| X2 | Pearson Correlation | .567** | .614** | 1 | .502** | .500** | .605** | .805** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| X4 | Pearson Correlation | .365** | .350** | .502** | 1 | .333** | .779** | .695** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .001 | .000 | | .002 | .000 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| X5 | Pearson Correlation | .677** | .771** | .500** | .333** | 1 | .352** | .789** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .002 | | .001 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| X6 | Pearson Correlation | .357** | .413** | .605** | .779** | .352** | 1 | .727** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .000 | .000 | .001 | | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Total_X | Pearson Correlation | .813** | .831** | .805** | .695** | .789** | .727** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | | | | | |

| Correlations | | | | | | | | | | | | |
|--------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | Y6 | Y7 | Y8 | Y9 | Y10 | Total_Y |
| Y1 | Pearson Correlation | 1 | .661** | .517** | .517** | .472** | .168 | .443** | .446** | .263* | .144 | .700** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .131 | .000 | .000 | .017 | .198 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Y2 | Pearson Correlation | .661** | 1 | .589** | .382** | .449** | .267* | .528** | .395** | .361** | .113 | .719** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 | .015 | .000 | .000 | .001 | .311 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Y3 | Pearson Correlation | .517** | .589** | 1 | .457** | .378** | .251* | .359** | .363** | .330** | .182 | .675** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 | .023 | .001 | .001 | .002 | .102 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Y4 | Pearson Correlation | .517** | .382** | .457** | 1 | .502** | .256* | .391** | .439** | .275* | .177 | .659** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 | .020 | .000 | .000 | .012 | .112 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Y5 | Pearson Correlation | .472** | .449** | .378** | .502** | 1 | .432** | .442** | .567** | .412** | .163 | .699** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .143 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Y6 | Pearson Correlation | .168 | .267* | .251* | .256* | .432** | 1 | .329** | .552** | .176 | .096 | .515** |
| | Sig. (2-tailed) | .131 | .015 | .023 | .020 | .000 | | .003 | .000 | .113 | .390 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Y7 | Pearson Correlation | .443** | .528** | .359** | .391** | .442** | .329** | 1 | .538** | .486** | .345** | .735** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .001 | .000 | .000 | .003 | | .000 | .000 | .001 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Y8 | Pearson Correlation | .446** | .395** | .363** | .439** | .567** | .552** | .538** | 1 | .402** | .454** | .763** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Y9 | Pearson Correlation | .263* | .361** | .330** | .275* | .412** | .176 | .486** | .402** | 1 | .560** | .652** |
| | Sig. (2-tailed) | .017 | .001 | .002 | .012 | .000 | .113 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Y10 | Pearson Correlation | .144 | .113 | .182 | .177 | .163 | .096 | .345** | .454** | .560** | 1 | .512** |
| | Sig. (2-tailed) | .198 | .311 | .102 | .112 | .143 | .390 | .001 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |
| Total_Y | Pearson Correlation | .700** | .719** | .675** | .659** | .699** | .515** | .735** | .763** | .652** | .512** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 | 82 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

| Case Processing Summary | | | |
|-------------------------|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Cases | Valid | 82 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 82 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .866 | 6 |

| Item-Total Statistics | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| X1 | 20.41 | 8.147 | .684 | .844 |
| X2 | 20.02 | 9.111 | .711 | .835 |
| X3 | 20.39 | 9.056 | .749 | .829 |
| X4 | 19.61 | 9.673 | .562 | .860 |
| X5 | 20.59 | 9.036 | .683 | .839 |
| X6 | 19.34 | 9.783 | .618 | .851 |

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .850 | 10 |

| Item-Total Statistics | | | | |
|------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| Y1 | 37.65 | 11.762 | .602 | .831 |
| Y2 | 37.71 | 11.740 | .628 | .829 |
| Y3 | 37.87 | 11.895 | .572 | .834 |
| Y4 | 37.68 | 12.071 | .557 | .836 |
| Y5 | 37.98 | 12.543 | .632 | .833 |
| Y6 | 38.28 | 12.748 | .390 | .850 |
| Y7 | 37.39 | 11.698 | .649 | .827 |
| Y8 | 37.91 | 12.178 | .703 | .826 |
| Y9 | 37.70 | 12.116 | .549 | .836 |
| Y10 | 38.06 | 12.428 | .356 | .858 |

Tabel t

| Pr df | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|----------|---------|---------|---------|----------|----------|----------|-----------|
| | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 1 | 1.00000 | 3.07768 | 6.31375 | 12.70620 | 31.82052 | 63.65674 | 318.30884 |
| 2 | 0.81650 | 1.88562 | 2.91999 | 4.30265 | 6.96456 | 9.92484 | 22.32712 |
| 3 | 0.76489 | 1.63774 | 2.35336 | 3.18245 | 4.54070 | 5.84091 | 10.21453 |
| 4 | 0.74070 | 1.53321 | 2.13185 | 2.77645 | 3.74695 | 4.60409 | 7.17318 |
| 5 | 0.72669 | 1.47588 | 2.01505 | 2.57058 | 3.36493 | 4.03214 | 5.89343 |
| 6 | 0.71756 | 1.43976 | 1.94318 | 2.44691 | 3.14267 | 3.70743 | 5.20763 |
| 7 | 0.71114 | 1.41492 | 1.89458 | 2.36462 | 2.99795 | 3.49948 | 4.78529 |
| 8 | 0.70639 | 1.39682 | 1.85955 | 2.30600 | 2.89646 | 3.35539 | 4.50079 |
| 9 | 0.70272 | 1.38303 | 1.83311 | 2.26216 | 2.82144 | 3.24984 | 4.29681 |
| 10 | 0.69981 | 1.37218 | 1.81246 | 2.22814 | 2.76377 | 3.16927 | 4.14370 |
| 11 | 0.69745 | 1.36343 | 1.79588 | 2.20099 | 2.71808 | 3.10581 | 4.02470 |
| 12 | 0.69548 | 1.35622 | 1.78229 | 2.17881 | 2.68100 | 3.05454 | 3.92963 |
| 13 | 0.69383 | 1.35017 | 1.77093 | 2.16037 | 2.65031 | 3.01228 | 3.85198 |
| 14 | 0.69242 | 1.34503 | 1.76131 | 2.14479 | 2.62449 | 2.97684 | 3.78739 |
| 15 | 0.69120 | 1.34061 | 1.75305 | 2.13145 | 2.60248 | 2.94671 | 3.73283 |
| 16 | 0.69013 | 1.33676 | 1.74588 | 2.11991 | 2.58349 | 2.92078 | 3.68615 |
| 17 | 0.68920 | 1.33338 | 1.73961 | 2.10982 | 2.56693 | 2.89823 | 3.64577 |
| 18 | 0.68836 | 1.33039 | 1.73406 | 2.10092 | 2.55238 | 2.87844 | 3.61048 |
| 19 | 0.68762 | 1.32773 | 1.72913 | 2.09302 | 2.53948 | 2.86093 | 3.57940 |
| 20 | 0.68695 | 1.32534 | 1.72472 | 2.08596 | 2.52798 | 2.84534 | 3.55181 |
| 21 | 0.68635 | 1.32319 | 1.72074 | 2.07961 | 2.51765 | 2.83136 | 3.52715 |
| 22 | 0.68581 | 1.32124 | 1.71714 | 2.07387 | 2.50832 | 2.81876 | 3.50499 |
| 23 | 0.68531 | 1.31946 | 1.71387 | 2.06866 | 2.49987 | 2.80734 | 3.48496 |
| 24 | 0.68485 | 1.31784 | 1.71088 | 2.06390 | 2.49216 | 2.79694 | 3.46678 |

| | | | | | | | |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 25 | 0.68443 | 1.31635 | 1.70814 | 2.05954 | 2.48511 | 2.78744 | 3.45019 |
| 26 | 0.68404 | 1.31497 | 1.70562 | 2.05553 | 2.47863 | 2.77871 | 3.43500 |
| 27 | 0.68368 | 1.31370 | 1.70329 | 2.05183 | 2.47266 | 2.77068 | 3.42103 |
| 28 | 0.68335 | 1.31253 | 1.70113 | 2.04841 | 2.46714 | 2.76326 | 3.40816 |
| 29 | 0.68304 | 1.31143 | 1.69913 | 2.04523 | 2.46202 | 2.75639 | 3.39624 |
| 30 | 0.68276 | 1.31042 | 1.69726 | 2.04227 | 2.45726 | 2.75000 | 3.38518 |
| 31 | 0.68249 | 1.30946 | 1.69552 | 2.03951 | 2.45282 | 2.74404 | 3.37490 |
| 32 | 0.68223 | 1.30857 | 1.69389 | 2.03693 | 2.44868 | 2.73848 | 3.36531 |
| 33 | 0.68200 | 1.30774 | 1.69236 | 2.03452 | 2.44479 | 2.73328 | 3.35634 |
| 34 | 0.68177 | 1.30695 | 1.69092 | 2.03224 | 2.44115 | 2.72839 | 3.34793 |
| 35 | 0.68156 | 1.30621 | 1.68957 | 2.03011 | 2.43772 | 2.72381 | 3.34005 |
| 36 | 0.68137 | 1.30551 | 1.68830 | 2.02809 | 2.43449 | 2.71948 | 3.33262 |
| 37 | 0.68118 | 1.30485 | 1.68709 | 2.02619 | 2.43145 | 2.71541 | 3.32563 |
| 38 | 0.68100 | 1.30423 | 1.68595 | 2.02439 | 2.42857 | 2.71156 | 3.31903 |
| 39 | 0.68083 | 1.30364 | 1.68488 | 2.02269 | 2.42584 | 2.70791 | 3.31279 |
| 40 | 0.68067 | 1.30308 | 1.68385 | 2.02108 | 2.42326 | 2.70446 | 3.30688 |

| Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| df | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 41 | 0.68052 | 1.30254 | 1.68288 | 2.01954 | 2.42080 | 2.70118 | 3.30127 |
| 42 | 0.68038 | 1.30204 | 1.68195 | 2.01808 | 2.41847 | 2.69807 | 3.29595 |
| 43 | 0.68024 | 1.30155 | 1.68107 | 2.01669 | 2.41625 | 2.69510 | 3.29089 |
| 44 | 0.68011 | 1.30109 | 1.68023 | 2.01537 | 2.41413 | 2.69228 | 3.28607 |
| 45 | 0.67998 | 1.30065 | 1.67943 | 2.01410 | 2.41212 | 2.68959 | 3.28148 |
| 46 | 0.67986 | 1.30023 | 1.67866 | 2.01290 | 2.41019 | 2.68701 | 3.27710 |
| 47 | 0.67975 | 1.29982 | 1.67793 | 2.01174 | 2.40835 | 2.68456 | 3.27291 |
| 48 | 0.67964 | 1.29944 | 1.67722 | 2.01063 | 2.40658 | 2.68220 | 3.26891 |

| | | | | | | | |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 49 | 0.67953 | 1.29907 | 1.67655 | 2.00958 | 2.40489 | 2.67995 | 3.26508 |
| 50 | 0.67943 | 1.29871 | 1.67591 | 2.00856 | 2.40327 | 2.67779 | 3.26141 |
| 51 | 0.67933 | 1.29837 | 1.67528 | 2.00758 | 2.40172 | 2.67572 | 3.25789 |
| 52 | 0.67924 | 1.29805 | 1.67469 | 2.00665 | 2.40022 | 2.67373 | 3.25451 |
| 53 | 0.67915 | 1.29773 | 1.67412 | 2.00575 | 2.39879 | 2.67182 | 3.25127 |
| 54 | 0.67906 | 1.29743 | 1.67356 | 2.00488 | 2.39741 | 2.66998 | 3.24815 |
| 55 | 0.67898 | 1.29713 | 1.67303 | 2.00404 | 2.39608 | 2.66822 | 3.24515 |
| 56 | 0.67890 | 1.29685 | 1.67252 | 2.00324 | 2.39480 | 2.66651 | 3.24226 |
| 57 | 0.67882 | 1.29658 | 1.67203 | 2.00247 | 2.39357 | 2.66487 | 3.23948 |
| 58 | 0.67874 | 1.29632 | 1.67155 | 2.00172 | 2.39238 | 2.66329 | 3.23680 |
| 59 | 0.67867 | 1.29607 | 1.67109 | 2.00100 | 2.39123 | 2.66176 | 3.23421 |
| 60 | 0.67860 | 1.29582 | 1.67065 | 2.00030 | 2.39012 | 2.66028 | 3.23171 |
| 61 | 0.67853 | 1.29558 | 1.67022 | 1.99962 | 2.38905 | 2.65886 | 3.22930 |
| 62 | 0.67847 | 1.29536 | 1.66980 | 1.99897 | 2.38801 | 2.65748 | 3.22696 |
| 63 | 0.67840 | 1.29513 | 1.66940 | 1.99834 | 2.38701 | 2.65615 | 3.22471 |
| 64 | 0.67834 | 1.29492 | 1.66901 | 1.99773 | 2.38604 | 2.65485 | 3.22253 |
| 65 | 0.67828 | 1.29471 | 1.66864 | 1.99714 | 2.38510 | 2.65360 | 3.22041 |
| 66 | 0.67823 | 1.29451 | 1.66827 | 1.99656 | 2.38419 | 2.65239 | 3.21837 |
| 67 | 0.67817 | 1.29432 | 1.66792 | 1.99601 | 2.38330 | 2.65122 | 3.21639 |
| 68 | 0.67811 | 1.29413 | 1.66757 | 1.99547 | 2.38245 | 2.65008 | 3.21446 |
| 69 | 0.67806 | 1.29394 | 1.66724 | 1.99495 | 2.38161 | 2.64898 | 3.21260 |
| 70 | 0.67801 | 1.29376 | 1.66691 | 1.99444 | 2.38081 | 2.64790 | 3.21079 |
| 71 | 0.67796 | 1.29359 | 1.66660 | 1.99394 | 2.38002 | 2.64686 | 3.20903 |
| 72 | 0.67791 | 1.29342 | 1.66629 | 1.99346 | 2.37926 | 2.64585 | 3.20733 |
| 73 | 0.67787 | 1.29326 | 1.66600 | 1.99300 | 2.37852 | 2.64487 | 3.20567 |
| 74 | 0.67782 | 1.29310 | 1.66571 | 1.99254 | 2.37780 | 2.64391 | 3.20406 |
| 75 | 0.67778 | 1.29294 | 1.66543 | 1.99210 | 2.37710 | 2.64298 | 3.20249 |
| 76 | 0.67773 | 1.29279 | 1.66515 | 1.99167 | 2.37642 | 2.64208 | 3.20096 |

| | | | | | | | |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 77 | 0.67769 | 1.29264 | 1.66488 | 1.99125 | 2.37576 | 2.64120 | 3.19948 |
| 78 | 0.67765 | 1.29250 | 1.66462 | 1.99085 | 2.37511 | 2.64034 | 3.19804 |
| 79 | 0.67761 | 1.29236 | 1.66437 | 1.99045 | 2.37448 | 2.63950 | 3.19663 |
| 80 | 0.67757 | 1.29222 | 1.66412 | 1.99006 | 2.37387 | 2.63869 | 3.19526 |

| Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|-----|---------|---------|---------|----------------|---------|---------|---------|
| df | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 81 | 0.67753 | 1.29209 | 1.66388 | 1.98969 | 2.37327 | 2.63790 | 3.19392 |
| 82 | 0.67749 | 1.29196 | 1.66365 | 1.98932 | 2.37269 | 2.63712 | 3.19262 |
| 83 | 0.67746 | 1.29183 | 1.66342 | 1.98896 | 2.37212 | 2.63637 | 3.19135 |
| 84 | 0.67742 | 1.29171 | 1.66320 | 1.98861 | 2.37156 | 2.63563 | 3.19011 |
| 85 | 0.67739 | 1.29159 | 1.66298 | 1.98827 | 2.37102 | 2.63491 | 3.18890 |
| 86 | 0.67735 | 1.29147 | 1.66277 | 1.98793 | 2.37049 | 2.63421 | 3.18772 |
| 87 | 0.67732 | 1.29136 | 1.66256 | 1.98761 | 2.36998 | 2.63353 | 3.18657 |
| 88 | 0.67729 | 1.29125 | 1.66235 | 1.98729 | 2.36947 | 2.63286 | 3.18544 |
| 89 | 0.67726 | 1.29114 | 1.66216 | 1.98698 | 2.36898 | 2.63220 | 3.18434 |
| 90 | 0.67723 | 1.29103 | 1.66196 | 1.98667 | 2.36850 | 2.63157 | 3.18327 |
| 91 | 0.67720 | 1.29092 | 1.66177 | 1.98638 | 2.36803 | 2.63094 | 3.18222 |
| 92 | 0.67717 | 1.29082 | 1.66159 | 1.98609 | 2.36757 | 2.63033 | 3.18119 |
| 93 | 0.67714 | 1.29072 | 1.66140 | 1.98580 | 2.36712 | 2.62973 | 3.18019 |
| 94 | 0.67711 | 1.29062 | 1.66123 | 1.98552 | 2.36667 | 2.62915 | 3.17921 |
| 95 | 0.67708 | 1.29053 | 1.66105 | 1.98525 | 2.36624 | 2.62858 | 3.17825 |
| 96 | 0.67705 | 1.29043 | 1.66088 | 1.98498 | 2.36582 | 2.62802 | 3.17731 |
| 97 | 0.67703 | 1.29034 | 1.66071 | 1.98472 | 2.36541 | 2.62747 | 3.17639 |
| 98 | 0.67700 | 1.29025 | 1.66055 | 1.98447 | 2.36500 | 2.62693 | 3.17549 |
| 99 | 0.67698 | 1.29016 | 1.66039 | 1.98422 | 2.36461 | 2.62641 | 3.17460 |
| 100 | 0.67695 | 1.29007 | 1.66023 | 1.98397 | 2.36422 | 2.62589 | 3.17374 |

| | | | | | | | |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 101 | 0.67693 | 1.28999 | 1.66008 | 1.98373 | 2.36384 | 2.62539 | 3.17289 |
| 102 | 0.67690 | 1.28991 | 1.65993 | 1.98350 | 2.36346 | 2.62489 | 3.17206 |
| 103 | 0.67688 | 1.28982 | 1.65978 | 1.98326 | 2.36310 | 2.62441 | 3.17125 |
| 104 | 0.67686 | 1.28974 | 1.65964 | 1.98304 | 2.36274 | 2.62393 | 3.17045 |
| 105 | 0.67683 | 1.28967 | 1.65950 | 1.98282 | 2.36239 | 2.62347 | 3.16967 |
| 106 | 0.67681 | 1.28959 | 1.65936 | 1.98260 | 2.36204 | 2.62301 | 3.16890 |
| 107 | 0.67679 | 1.28951 | 1.65922 | 1.98238 | 2.36170 | 2.62256 | 3.16815 |
| 108 | 0.67677 | 1.28944 | 1.65909 | 1.98217 | 2.36137 | 2.62212 | 3.16741 |
| 109 | 0.67675 | 1.28937 | 1.65895 | 1.98197 | 2.36105 | 2.62169 | 3.16669 |
| 110 | 0.67673 | 1.28930 | 1.65882 | 1.98177 | 2.36073 | 2.62126 | 3.16598 |
| 111 | 0.67671 | 1.28922 | 1.65870 | 1.98157 | 2.36041 | 2.62085 | 3.16528 |
| 112 | 0.67669 | 1.28916 | 1.65857 | 1.98137 | 2.36010 | 2.62044 | 3.16460 |
| 113 | 0.67667 | 1.28909 | 1.65845 | 1.98118 | 2.35980 | 2.62004 | 3.16392 |
| 114 | 0.67665 | 1.28902 | 1.65833 | 1.98099 | 2.35950 | 2.61964 | 3.16326 |
| 115 | 0.67663 | 1.28896 | 1.65821 | 1.98081 | 2.35921 | 2.61926 | 3.16262 |
| 116 | 0.67661 | 1.28889 | 1.65810 | 1.98063 | 2.35892 | 2.61888 | 3.16198 |
| 117 | 0.67659 | 1.28883 | 1.65798 | 1.98045 | 2.35864 | 2.61850 | 3.16135 |
| 118 | 0.67657 | 1.28877 | 1.65787 | 1.98027 | 2.35837 | 2.61814 | 3.16074 |
| 119 | 0.67656 | 1.28871 | 1.65776 | 1.98010 | 2.35809 | 2.61778 | 3.16013 |
| 120 | 0.67654 | 1.28865 | 1.65765 | 1.97993 | 2.35782 | 2.61742 | 3.15954 |

DOKUMENTASI





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

NAMA : Moh. Sugandi Ma'lumu
NIM : 17.4.1.052
Alamat : Desa Bohabak 4, Kab. BOLMUT
Tempat Tanggal Lahir : Bohabak, 12 Agustus 1999
Nomor Hp : 085241837878
Email : gandi.malumu@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

2005 – 2011 : SD Negeri 2 Pobundayan Kotamobagu
2011 – 2014 : SMP Negeri 1 Bolangitan Timur
2014 – 2017 : Madrasah Aliyah Alkhairaat Manado
2017 – 2022 : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

PENGALAMAN ORGANISASI

- Anggota Remaja Masjid Jabbal Rahma
- Anggota OSIS di MA Alkhairaat Manado