

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Perusahaan

4.1.1.1 Sejarah Perusahaan

Pasar gelugur adalah salah satu dari pasar yang ada di kota Rantauprapat yang masih aktif hingga saat ini. Pasar gelugur terletak di Jl.Gelugur silandorong, Kota Rantauprapat, Kabupaten Labuhan Batu, Sumatera Utara, Kota Rantauprapat merupakan ibu kota dari Kabupaten Labuhan Batu, Kota Rantauprapat memiliki luas 17.679 Ha (176.79 km²) atau 2.4% dari wilayah Sumatera Utara. Secara geografis, Rantauprapat terletak pada 2°09'30.4"-2°00'57.7" Lintang Utara dan 99°46'30.8"-99°53'06.8" Bujur Timur.

Pasar gelugur adalah salah pasar yang masih aktif singga saat ini. Pasar ini diresmikan pada Juni 2009. Pasar gelugur dibangun untuk menggantikan pasar yang sebelumnya yaitu pasar Baru. Pergantian itu dikarenakan pasar sebelumnya tidak memiliki luas lokasi yang cukup untuk menampung para pedagang. Pasar Gelugur memiliki luas +_2.000 m². Pembangunan Pasar Gelugur ini memakan dana 21 Miliar yang di dapat dari dana APBD. Pembangunan Pasar gelugur ini sudah direncanakan pemerintah sejak tahun 2005 namun terlaksana diakhir tahun 2007 hingga selesainya pada Januari tahun 2009.

Dahulunya sebelum pembangunan Pasar gelugur daerah/lokasi ini adalah tempat pemakaman etnis Tionghoa seluas 800m², taman pendidikan kanak-kanak, perkebunan masyarakat setempat, dan sisanya lahan kosong. Tempat ini sengaja dipilih oleh pemerintah Kabupaten Labuhan Batu sebagai lokasi Pasar sangat strategis karena tidak begitu dekat dengan pusat Kota Rantauprapat yang dapat menimbulkan kemacetan nantinya. Kemudian lebih dekat dengan Jalan lintas Sumatera yang hanya berjarak 1 KM. Dan salah satu lokasi yang masih banyak memiliki lokasi yang kosong.

Pasar Gelugur ini letaknya sangat strategis dan setiap hari banyak dikunjungi masyarakat yang ingin berbelanja baik untuk kebutuhan sehari-hari atau lainnya seperti halnya pada pasar lain. Pasar Gelugur ini menjual barang kebutuhan harian, pakaian, perhiasan, barang-barang elektronik, barang-barang kebutuhan rumah tangga, segala jenis lauk pauk dan lainnya.

4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

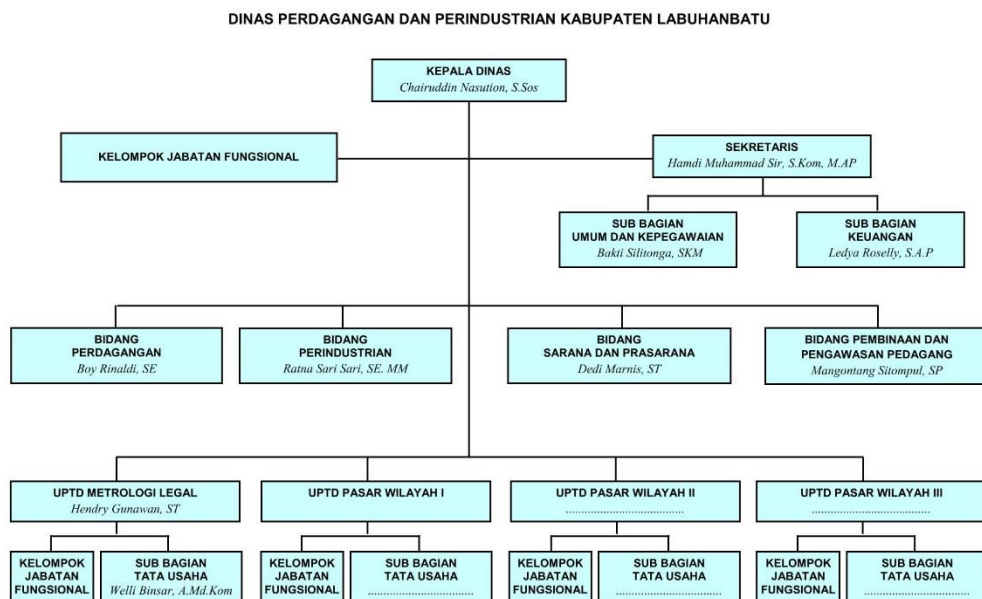
“Terwujudnya Usaha Perdagangan yang kondusif, berdaya saing dan berkelanjutan menuju masyarakat yang sejahtera”

Misi

1. Memperluas jaringan usaha perdagangan dan pengembangan pasar lokal, nasional dan ekspor berbasis potensi lokal yang berdaya saing.

2. Meningkatkan pembinaan aktivitas perdagangan dalam daerah dan penggunaan produk dalam negeri.
3. Mewujudkan pasar tradisional yang nyaman, bersih dan rapi.
4. Meningkatkan fasilitas usaha perdagangan dengan prioritas utama bagi pedagang kaki lima dan asongan.
5. Meningkatkan perlindungan terhadap konsumen dan pengamanan perdagangan.
6. Membantu pencapaian target Pendapatan Asli Daerah

4.1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.1
Struktur organisasi perusahaan

4.1.1.4 Job Deskripsi

Uraian tugas pada bagian-bagian dari struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

KEPALA DINAS

Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian mempunyai tugas membantu Walikota dalam melaksanakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan dan bidang perindustrian serta tugas pembantuan lainnya. Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian dalam melaksanakan tugas menyelenggarakan fungsi :

1. perumusan kebijakan teknis di bidang perdagangan dan bidang perindustrian;
2. perumusan rencana kerja, program dan kegiatan bidang perdagangan dan bidang perindustrian;
3. pelaksanaan kegiatan yang menjadi tugas pokok Dinas Perdagangan dan Perindustrian;
4. perumusan kebijakan, penyusunan dan perencanaan teknis, pemberian bimbingan dan penyuluhan bidang perdagangan dan bidang perindustrian;
5. penyelenggaraan pelayanan umum dan pelayanan teknis dibidang perdagangan dan bidang perindustrian;

6. penetapan dan pengesahan naskah dinas sesuai dengan kewenangannya;
7. pembinaan Unit Pelaksana Teknis Dinas dalam lingkup tugasnya;
8. Pembinaan, pengawasan dan pengendalian pelaksanaan kegiatan bidang perdagangan dan bidang perindustrian;
9. pembinaan pegawai di lingkungan Dinas Perdagangan dan Perindustrian;
10. pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

SEKRETARIAT

Sekretaris Dinas mempunyai tugas merencanakan, menyusun, merumuskan dan melaksanakan program kerja kesekretariatan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sekretaris Dinas dalam melaksanakan menyelenggarakan fungsi :

1. pelaksanaan koordinasi penyusunan rencana kerja Dinas Perdagangan dan Perindustrian;
2. perencanaan, penyusunan, perumusan dan pelaksanaan serta pengkoordinasian pelaksanaan program reformasi birokrasi;

3. penyelenggaraan kegiatan administrasi umum dan kepegawaian, keuangan, penatausahaan aset dan perlengkapan serta penyusunan program;
4. pengkoordinasian dan pelaksanaan pelayanan dan pengaturan rapat dinas, upacara serta keprotokolan;
5. pengkoordinasian, pembinaan dan perumusan laporan tahunan dan evaluasi setiap bidang sebagai pertanggungjawaban;
6. pengkoordinasian dan pembinaan pemeliharaan kebersihan, ketertiban dan keamanan kantor dan lingkungannya, kendaraan dinas serta perlengkapan gedung kantor;
7. pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Sekretariat terdiri dari :

1. Sub Bagian Umum;
2. Sub Bagian Keuangan;
3. Sub Bagian Program;

Setiap Sub Bagian dipimpin oleh seorang Kepala Sub Bagian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Sekretaris.

BIDANG TERTIB PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN

Bidang Tertib Perdagangan dan Perindustrian mempunyai tugas membantu sebagian tugas Kepala Dinas dalam melaksanakan sub urusan tertib perdagangan dan perindustrian. Bidang Tertib Perdagangan dan Perindustrian dalam melaksanakan tugas menyelenggarakan fungsi :

1. Perencanaan, pengaturan dan pengawasan terselenggaranya penyusunan pedoman dan petunjuk teknis tentang pembinaan pengawasan, dan pengendalian barang beredar dalam hal kemetrolagian, dan kepemilikan izin tanda daftar industri;
2. Penyiapan, pemberian bimbingan teknis terhadap pelaksanaan kebijakan perdagangan, peredaran barang dan pengembangan industri kecil;
3. Melakukan penegakan hukum terhadap perizinan dan pendaftaran dalam industri, distribusi dan perdagangan termasuk didalamnya penimbunan dan pergudangan;
4. Melakukan penyidikan terhadap pelaku tindak pidana Undang-undang metrologi legal, melakukan ukur ulang, mengolah data, pengawasan, penyuluhan dan pembebasan tera ulang dalam rangka perlindungan konsumen;
5. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

BIDANG PERDAGANGAN

Bidang Perdagangan mempunyai tugas membantu sebagian tugas Kepala Dinas dalam melaksanakan sub urusan perdagangan. Bidang Perdagangan dalam melaksanakan tugas menyelenggarakan fungsi :

1. Perencanaan, mengatur dan mengawasi terselenggaranya penyusunan pedoman dan petunjuk teknis tentang pembinaan perusahaan, manajemen usaha dan jasa, bimbingan teknis dan pembinaan pendaftaran perusahaan, pemantauan dan pengawasan pelaksanaan pendaftaran perusahaan;
2. Perencanaan, mengatur dan mengawasi terselenggaranya penyusunan pedoman dan petunjuk teknis bimbingan usaha, penyaluran, promosi dan sarana perdagangan, bimbingan teknis pengembangan usaha export import dan teknis pembinaan sarana persana dan prasarana usaha perdagangan, pengelolaan Izin Usaha Perdagangan dan Surat Keterangan Asal Barang (SKAB), serta pengembangan manajemen promosi dagang di dalam dan di luar negeri;
3. Perencanaan, mengatur dan mengawasi terselenggaranya penyusunan pedoman dan petunjuk teknis perlindungan konsumen;
4. Pengkoordinasian, pembinaan dan perumusan penyiapan teknik pendidikan standar mutu;

5. Pengkoordinasian, pembinaan dan penyiapan rencana dan program penciptaan iklim usaha;
6. Pengkoordinasian, pembinaan serta pelaksanaan penyidikan terhadap perusahaan yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan;
7. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

BIDANG PASAR

Bidang Pasar mempunyai tugas membantu sebagian tugas Kepala Dinas dalam melaksanakan sub urusan pasar. Bidang Pasar dalam melaksanakan tugas menyelenggarakan fungsi :

1. pengkoordinasian dan membina serta merumuskan penyusunan rencana, penelitian serta pengembangan pasar di dalam satuan kerja dinas dalam penyusunan rencana kerja tahunan;
2. perumusan seluruh pelaksana kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan, penelitian serta pengembangan pasar;
3. pengkoordinasian serta pembinaan, perumusan, pengumpulan, mensistematisasikan, serta penganalisaan setiap data pasar yang ada;
4. pengkoordinasian serta pembinaan dan perumusan program pengembangan pasar serta peremajaan dan pembangunan pasar;

5. pengkoordinasian serta pembinaan dan perumusan pelaksanaan, penelitian dan penganalisaan rencana-rencana pengembangan pasar;
6. pengkoordinasian serta pembinaan dan perumusan penyusunan rencana dan penelitian serta pengembangan pasar terhadap pelaksanaan satuan kerja dinas pasar;
7. pengkoordinasian, pembinaan dan perumusan penyusunan rencana kerja;
8. pengkoordinasian, pembinaan dan perumusan, pengaturan serta penyelesaian masalah ketertiban dan kebersihan;
9. pengkoordinasian, pembinaan dan perumusan di bidang ketertiban, keamanan dan kebersihan pasar;
10. pengkoordinasian, pembinaan dan perumusan penyajian data wajib retribusi pengelolaan pasar dan membuat peta lokasinya dengan sub dinas terkait;
11. pengkoordinasian, pembinaan, dan perumusan penyelenggaraan serta pengaturan pemungutan retribusi pengelolaan pasar;
12. pengkoordinasian, pembinaan dan perumusan kegiatan monitoring dan evaluasi pelaksanaan penerimaan retribusi pengelolaan pasar;
13. pengkoordinasian, pembinaan dan perumusan pengaturan personil dan penempatan petugas pemungut retribusi pengelolaan pasar dengan Kepala Bagian Tata Usaha;

14. pengkoordinasian, pembinaan dan perumusan penyiapan Buku Registrasi Data Pedagang dan Buku Registrasi Pasar yang ada di dalam lingkungan pasar;
15. pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Bidang Pasar terdiri dari :

- Seksi Pengembangan Pasar dan Pengawasan;
- Seksi Kebersihan, Ketertiban, dan Pembinaan PKL;
- Seksi Retribusi.
- Setiap Seksi sebagaimana tersebut dalam Pasal 35 pada ayat (1) masing-masing dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Kepala Bidang Pasar.

BIDANG PERINDUSTRIAN

Bidang Perindustrian mempunyai tugas membantu sebagian tugas Kepala Dinas dalam melaksanakan sub urusan perindustrian. Bidang Perindustrian dalam melaksanakan tugas menyelenggarakan fungsi :

1. Penyusunan program dan rencana kegiatan dibidang industri;
2. Penetapan bidang industri prioritas dan unggulan;
3. Pemberian pelayanan teknis terhadap kelancaran pengadaan dan penanganan bahan baku maupun penolong;

4. Promosi produk industri;
5. Penelitian, pengembangan dan penerapan teknologi bidang industri;
6. Pemberian fasilitas dan pengawasan standarisasi;
7. Penerapan standar kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) industri dan pembina industri;
8. Pelaksanaan fasilitas akses permodalan;
9. Pemberian fasilitas kemitraan dan kerjasama;
10. Pemberian fasilitas usaha dalam rangka pengembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) serta industri kreatif;
11. Pemberian perlindungan kepastian berusaha terhadap industri;
12. Pembinaan dan pembentukan kelembagaan bidang industri;
13. Penyusunan tata ruang industri;
14. Pembinaan industri dalam rangka pencegahan pencemaran lingkungan yang diakibatkan oleh industri;
15. Pendataan, analisis dan desiminasi data industri;
16. Pengawasan, monitoring, evaluasi dan pelaporan bidang industri;
17. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

UNIT PELAKSANA TEKNIS

Pembentukan UPT sebagaimana ditetapkan dengan peraturan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku setelah dikonsultasikan secara tertulis kepada Gubernur sebagai wakil pemerintah pusat.

KELOMPOK JABATAN FUNGSIONAL

Kelompok jabatan fungsional mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas dinas sesuai dengan bidang keahlian dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

1. Kelompok jabatan fungsional sebagaimana dimaksud terdiri dari sejumlah tenaga ahli dalam jenjang jabatan fungsional yang terbagi dalam berbagai kelompok sesuai dengan keahliannya;
2. Kelompok Jabatan Fungsional sebagaimana dipimpin oleh seorang tenaga fungsional senior yang ditunjuk oleh Walikota dan bertanggung jawab kepada Kepala Dinas;
3. Jumlah jabatan fungsional sebagaimana dimaksud ditentukan berdasarkan kebutuhan dan beban kerja;
4. Jenis jabatan fungsional sebagaimana dimaksud diatur sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

4.1.2 Hasil Deskriptif

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
30 tahun ke bawah	11	36,6%
30 tahun ke atas	19	63,3%
Total	30 orang	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan usia, responden yang berusia 30 tahun ke bawah sebanyak 11 orang dengan presentase sebesar 36,6%, dan responden yang berusia 30 tahun ke atas sebanyak 19 orang dengan presentase sebesar 63,3%.

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	8	26,6%
Perempuan	22	73,3%
Total	30 Orang	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel diatas, terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 8 orang dengan presentase sebesar 26,6% dan responden perempuan yaitu sebanyak 22 orang dengan presentasi sebesar 73,3%.

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pedagang

Karakteristik responden berdasarkan pedagang sebagaimana disebutkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pedagang

Jabatan Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Masyarakat	21	70%
Karyawan/buruh	5	16,6%
Lain-lain	4	13,3%
Total	30 Orang	100%

Sumber: Data primer diolah 2023

Berdasarkan responden berdasarkan jabatan pekerjaan, menunjukkan bahwa responden masyarakat sebanyak 21 orang dengan presentase sebesar 70%, responden yang karyawan/buruh sebanyak 5 orang dengan presentase sebesar 16,6%, dan responden yang lain-lain sebanyak 4 orang dengan presentase sebesar 13,3%.

4.1.3 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

4.1.3.1 Deskriptif Kualitas Produk

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	3.3	3.3	3.3
	N	5	16.7	16.7	20.0
	S	19	63.3	63.3	83.3
	SS	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X1.1 menunjukkan jawaban tentang “Kualitas produk sangat sesuai dengan kebutuhan”. Responden memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 responden (3,3%), responden memberikan jawaban netral sebanyak 5 responden (16,7%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 19 responden (63,7%), dan sangat setuju sebanyak 5 responden (16,7%).

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	3.3	3.3	3.3
	TS	1	3.3	3.3	6.7
	N	3	10.0	10.0	16.7
	S	21	70.0	70.0	86.7
	SS	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X1.2 menunjukkan jawaban tentang “Kualitas produk yang di dapati sangat beragam”. Responden memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 responden (3,3%), tidak setuju sebanyak 1 responden (3,3%), responden

memberikan jawaban netral sebanyak 3 responden (10,0%), setuju sebanyak 3 responden (10,0%), dan sangat setuju sebanyak 21 responden (70,0%).

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	3.3	3.3	3.3
	TS	1	3.3	3.3	6.7
	N	4	13.3	13.3	20.0
	S	20	66.7	66.7	86.7
	SS	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X1.3 menunjukkan jawaban tentang “Produk yang dihasilkan berkualitas sangat baik”. Responden memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 responden (3,3%), responden memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 1 responden (3,3%), netral sebanyak 4 responden (13,3%), setuju sebanyak 20 responden (66,7%), dan sangat setuju sebanyak 4 responden (13,3%).

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	3.3	3.3	3.3
	N	4	13.3	13.3	16.7
	S	19	63.3	63.3	80.0
	SS	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X1.4 menunjukkan jawaban tentang “Kualitas memiliki tahap peningkatan”. Responden memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 1 responden (3,3%), netral sebanyak 4 responden (13,3%), setuju sebanyak 19 responden (63,3%), dan sangat setuju sebanyak 6 responden (20,0%).

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	10.0	10.0	10.0
	N	3	10.0	10.0	20.0
	S	19	63.3	63.3	83.3
	SS	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X1.5 menunjukkan jawaban tentang “Kualitas produk bisa memberikan kualitas keawetan”. Responden memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 3 responden (10,0%), netral sebanyak 3 responden (10,0%), setuju sebanyak 19 responden (63,3%), dan sangat setuju sebanyak 5 responden (16,7%).

4.1.3.2 Deskriptif Variabel Promosi

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	16.7	16.7	16.7
	S	21	70.0	70.0	86.7
	SS	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X2.1 menunjukkan jawaban tentang “Pesan promosi berpengaruh terhadap peningkatan pengunjung”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 5 responden (16,7%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 21 responden (70,0%), dan sangat setuju sebanyak 4 responden (13,3%).

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	20.0	20.0	20.0
	S	23	76.7	76.7	96.7
	SS	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X2.2 menunjukkan jawaban tentang “Pedagang mengalami peningkatan setelah melakukan promosi penjualan di berbagai media”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 6 responden (20,0%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 23 responden (76,7%), dan sangat setuju sebanyak 1 responden (3,3%).

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	3.3	3.3	3.3
	N	8	26.7	26.7	30.0
	S	17	56.7	56.7	86.7
	SS	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X2.3 menunjukkan jawaban tentang “Waktu tertentu sangat berperan dalam melakukan promosi”. Responden memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 1 responden (3,3%), netral sebanyak 8 responden (26,7%), setuju sebanyak 17 responden (56,7%), dan sangat setuju sebanyak 4 responden (13,3%).

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	3.3	3.3	3.3
	N	4	13.3	13.3	16.7
	S	21	70.0	70.0	86.7
	SS	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X2.4 menunjukkan jawaban tentang “Berkomunikasi dengan baik adalah sebagai bentuk promosi”. Responden memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 1 responden (3,3%), netral sebanyak 4 responden (13,3%), setuju sebanyak 21 responden (70,0%), dan sangat setuju sebanyak 4 responden (13,3%).

		X2.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	13.3	13.3	13.3
	S	20	66.7	66.7	80.0
	SS	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X2.5 menunjukkan jawaban tentang “Pedagang melakukan periklanan melalui media sosial sebagai promosi penjualan”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 4 responden (13,3%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 20 responden (66,7%), dan sangat setuju sebanyak 6 responden (20,0%).

4.1.3.3 Deskriptif Variabel Harga

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

		X3.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	23.3	23.3	23.3
	S	17	56.7	56.7	80.0
	SS	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X3.1 menunjukkan jawaban tentang “Harga terjangkau”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 7 responden (23,3%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 17 responden (56,7%), dan sangat setuju sebanyak 6 responden (20,0%).

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	6.7	6.7	6.7
	S	25	83.3	83.3	90.0
	SS	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X3.2 menunjukkan jawaban tentang “Harga bervariasi sesuai dengan kualitas produk”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 2 responden (6,7%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 25 responden (83,3%), dan sangat setuju sebanyak 3 responden (10,0%).

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	3.3	3.3	3.3
	S	22	73.3	73.3	76.7
	SS	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X3.3 menunjukkan jawaban tentang “Harga lebih ekonomis dan memiliki manfaat”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 1 responden (3,3%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 22 responden (73,3%), dan sangat setuju sebanyak 7 responden (23,3%).

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	6.7	6.7	6.7

	S	24	80.0	80.0	86.7
	SS	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X3.4 menunjukkan jawaban tentang “Harga bersaing dengan pedagang lain”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 2 responden (6,7%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 24 responden (80,0%), dan sangat setuju sebanyak 4 responden (13,3%).

		X3.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	6.7	6.7	6.7
	S	23	76.7	76.7	83.3
	SS	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan X3.5 menunjukkan jawaban tentang “Jarak dapat mempengaruhi akan pengunjung dan pembeli”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 2 responden (6,7%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 23 responden (76,7%), dan sangat setuju sebanyak 5 responden (16,7%).

4.1.3.4 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan

Indikator dari variabel ini terdiri dari 5 item pernyataan, dimana jawaban dari pernyataan tersebut dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

		Y1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	23.3	23.3	23.3
	S	17	56.7	56.7	80.0
	SS	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan Y1 menunjukkan jawaban tentang “Pelayanan sesuai dengan harapan dan dapat berulang pembelian oleh pengunjung”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 7 responden (23,3%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 17 responden (56,7%), dan sangat setuju sebanyak 6 responden (20,0%).

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	6.7	6.7	6.7
	S	25	83.3	83.3	90.0
	SS	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan Y2 menunjukkan jawaban tentang “Pedagang cepat tanggap dalam mengatasi masalah yang diinginkan pelanggan”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 2 responden (6,7%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 25 responden (83,3%), dan sangat setuju sebanyak 3 responden (10,0%).

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	6.7	6.7	6.7
	S	25	83.3	83.3	90.0
	SS	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan Y3 menunjukkan jawaban tentang “Merek dagang yang disukai pengunjung sudah dihadirkan pedagang”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 2 responden (6,7%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 25 responden (83,3%), dan sangat setuju sebanyak 3 responden (10,0%).

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	6.7	6.7	6.7
	S	23	76.7	76.7	83.3
	SS	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan Y4 menunjukkan jawaban tentang “Pedagang memiliki toko yang bersih sehingga tidak berpaling”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 6 responden (20,0%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 23 responden (76,7%), dan sangat setuju sebanyak 1 responden (3,3%).

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	6.7	6.7	6.7
	S	23	76.7	76.7	83.3
	SS	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

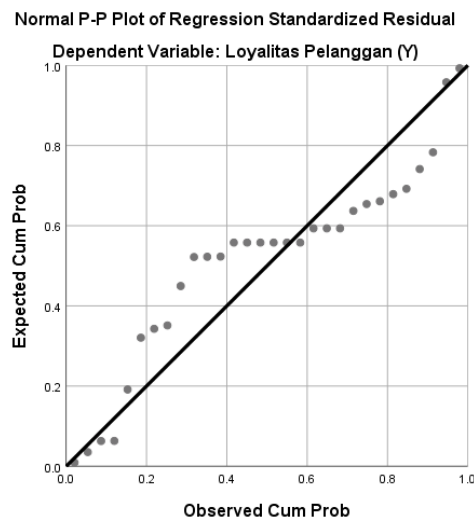
Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS Versi 25

Item pernyataan Y5 menunjukkan jawaban tentang “Merasa sesuai saat berbelanja dengan kebutuhan”. Responden memberikan jawaban netral sebanyak 2 responden (6,7%), responden memberikan jawaban setuju sebanyak 23 responden (76,7%), dan sangat setuju sebanyak 5 responden (16,7%).

4.1.4 Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik

4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas

Pengujian asumsi normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:160).



Gambar 4.2

Uji Normalitas

Dari gambar grafik *Normal P-P Plot of Regressized Residual* menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis tersebut, maka dapat dikatakan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi syarat normalitas. Adapun pengujian kedua agar terbukti kebenarannya dengan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* seperti tabel dibawah ini.

Tabel 4.4
Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.62882747
Most Extreme Differences	Absolute	.251
	Positive	.251
	Negative	-.216

Test Statistic	.251
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan SPSS 25.0, diketahui bahwa nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:105) menyatakan bahwa uji asumsi klasik Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian ini untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi berganda dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* diatas 0,1 dan VIF dibawah 10 maka model tersebut bebas dari multikolinieritas (Ghozali, 2016:106).

Tabel 4.5
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.200	1.039		-1.155	.259		

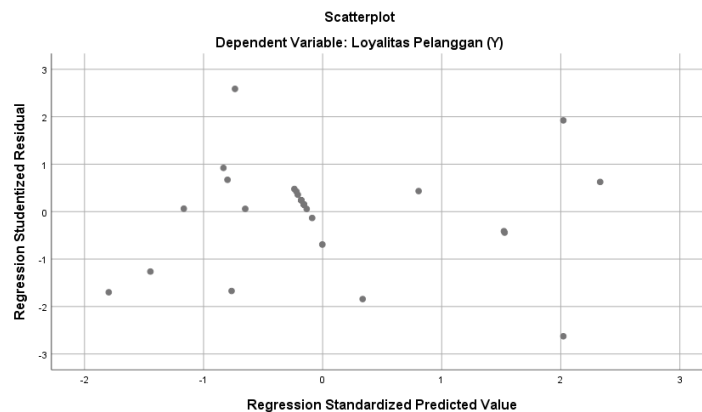
Kualitas Produk (X1)	.044	.034	.077	1.323	.197	.612	1.635
Promosi (X2)	.056	.050	.066	1.121	.273	.601	1.664
Harga (X3)	.956	.065	.886	14.638	.000	.568	1.762

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10 dan nilai tolerance semua variabel berada diatas 0,10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas, yang berarti bahwa semua variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang saling independen.

4.1.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Imam Ghozali, 2011: 139-143)



Gambar 4.3
Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar grafik *Scatterplot* yang di tampilkan untuk uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak berbentuk pola yang jelas. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah (heteroskedastisitas) terhadap model regresi sehingga model ini dapat digunakan dalam menganalisis.

4.1.5 Hasil Analisis Regresi

4.1.5.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda dan merupakan penelitian *two-tail* dengan tingkat signifikansi (α) 0,05. Perhitungan model regresi linier berganda dilakukan dengan bantuan SPSS 25.0.

Tabel 4.6
Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Error Std.				Beta	Tolerance
1	(Constant)	-1.200	1.039		-1.155	.259		
	Kualitas Produk (X1)	.044	.034	.077	1.323	.197	.612	1.635
	Promosi (X2)	.056	.050	.066	1.121	.273	.601	1.664
	Harga (X3)	.956	.065	.886	14.638	.000	.568	1.762

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = -1,200 + 0,044 X_1 + 0,056 X_2 + 0,956 X_3$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konstanta (a)

Ini berarti jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel terikat (Y) sebesar 1,200.

2. (X1) terhadap (Y)

Nilai koefisien untuk variabel X1 berpengaruh positif terhadap Y dengan nilai koefisien sebesar 0,044. Hal ini mengandung arti bahwa setiap

kenaikan satu satuan maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,044 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap

3. (X2) terhadap (Y)

Nilai koefisien untuk variabel X2 berpengaruh positif terhadap Y dengan nilai koefisien sebesar 0,056. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,056 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4. (X3) terhadap (Y)

Nilai koefisien untuk variabel X3 berpengaruh positif terhadap Y dengan nilai koefisien sebesar 0,956. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel (Y) akan naik sebesar 0,956 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

4.1.5.2 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji secara individu/parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil Uji t didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7
Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.200	1.039		-1.155	.259		
	Kualitas Produk (X1)	.044	.034	.077	1.323	.197	.612	1.635
	Promosi (X2)	.056	.050	.066	1.121	.273	.601	1.664
	Harga (X3)	.956	.065	.886	14.638	.000	.568	1.762

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Pada tabel diatas menunjukkan hasil dari dua uji yaitu bahwa hasil Uji t dengan taraf signifikan 0,05 Kemudian uji t terbukti bahwa :

1. Pengaruh Variabel (X1) terhadap (Y) atau H1

Terlihat pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig 0,197 > 0,005 dan t hitung 1,323 < t tabel 2,051 maka H1 ditolak dan H0 diterima. Variabel X1 dapat disimpulkan bahwa variabel X1 tidak memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X1 tidak mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan X1 tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Y yang mana secara parsial diterima.

2. Pengaruh Variabel (X2) terhadap (Y) atau H2

Terlihat pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig 0,273 > 0,005 dan t hitung 1,121 < t tabel 2,051 maka H2 ditolak dan H0 diterima. Variabel

X2 dapat disimpulkan bahwa variabel X2 tidak memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X2 tidak mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan X2 tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Y yang mana secara parsial diterima.

3. Pengaruh Variabel (X3) terhadap (Y) atau H3

Terlihat pada kolom *Coefficients* terdapat nilai sig $0,000 < 0,005$ dan t hitung $14,638 > t$ tabel $2,051$ maka H3 diterima dan H0 ditolak. Variabel X3 dapat disimpulkan bahwa variabel X3 memiliki kontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X3 mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Jadi dapat disimpulkan X3 memiliki pengaruh signifikan terhadap Y yang mana secara parsial diterima.

4.1.5.3 Uji F (Simultan)

Uji F dalam model ini digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.8
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	109.134	3	36.378	151.753	.000 ^b
	Residual	6.233	26	.240		
	Total	115.367	29			

- a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)
 b. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Produk (X1), Promosi (X2)

Dari tabel diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 151,753 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Nilai F_{hitung} (151,75) > F_{tabel} (3,350), dan nilai sig . lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai sig 0,000 < 0,05; maka H_4 diterima dan H_0 ditolak, disimpulkan X1, X2, dan X3 mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) dan secara signifikan terhadap Y yang mana secara simultan diterima.

4.1.5.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar varian dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Dalam hal ini untuk mengukur pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y.

Tabel 4.9
 Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973 ^a	.946	.940	.490

a. Predictors: (Constant), Harga (X3), Kualitas Produk (X1), Promosi (X2)

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan (Y)

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan untuk nilai R² diperoleh dalam analisis regresi berganda diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,940. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 94,0%,

sedangkan sisanya sebesar 6,0% dapat dijelaskan variabel lain diluar penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F dapat diketahui bahwa ada pengaruh signifikan secara bersama-sama “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pedagang Kaki Lima Di Pasar Gelugur Rantauprapat” dan dapat dijabarkan pada penjelasan berikut dibawah ini.

Hasil penelitian ini sesuai pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pongoh (2013), Prasad et al. (2015), Tomida dan Satrio (2016), Bulan (2016), Dimiyati dan Subagio (2016), Asma et al. (2018) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti harga dari suatu produk dapat menimbulkan loyalitas pelanggan, dan harga kartu prabayar smartfren memang tidak terlalu mahal sehingga menyebabkan loyalitas pelanggan pada Smartfren. Hasil penelitian ini menunjukkan hipotesis ketiga yaitu promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada pasar tradisional di Kota Denpasar.

Hal ini berarti apabila promosi pada pasar tradisional semakin baik maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan pada pasar tradisional tersebut, dan sebaliknya apabila promosi semakin buruk maka akan menurunkan loyalitas pelanggan pada pasar tradisional. Hasil penelitian ini sesuai pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lumintang (2013), Steppen (2013), Chakiso (2015),

Tahmasbizadeh et al. (2016), Simanjuntak dan Ardani (2018), Kuncoro dan Sutomo (2018) yang menyatakan hasil penelitian bahwa promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini berarti promosi dapat menimbulkan loyalitas pelanggan, karena dengan promosi dapat mengenalkan pada pasar tradisional kepada konsumen dan membuat konsumen menyukai produk tersebut sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan. Kualitas produk merupakan tolak ukur dari suatu produk untuk dapat dikatakan produk tersebut baik atau tidak, dengan kata lain kualitas produk adalah kemampuan dari produk tersebut untuk memperagakan fungsinya. Pada variabel kualitas produk dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum konsumen tidak berpengaruh mengenai kualitas produk yang dimiliki oleh tempat itu baik dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya meningkatkan kualitas produknya dengan tujuan meningkatkan loyalitas pelanggan yang dimilikinya, agar tidak kalah dari kompetitor-kompetitor lainnya. Harga merupakan salah satu faktor yang paling menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk, atau dengan kata lain harga adalah nilai atau jumlah yang harus dibayarkan untuk dapat memiliki dan menggunakan suatu produk. Pada variabel harga dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pernyataan “harga jual kartu seluler Smartfren sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan” dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mengandung implikasi agar Smartfren tetap menjaga harga jual produknya. Artinya dengan kualitas yang baik dan dengan harga yang tidak terlalu mahal jika dibandingkan dengan harga jual

produk sejenis dari perusahaan kompetitor, hal ini dapat menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang dimiliki.

Kualitas yang diberikan kepada konsumen merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan. Kualitas yang layak mendorong karyawan untuk bekerja lebih giat serta lebih bertanggung jawab dalam melaksanakan pekerjaan yang diberikan sanggar batik kepadanya. Jadi dapat dikatakan bahwa kualitas maupun desain produk dapat mempengaruhi strategi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas produk yang diberikan seperti bahan yang baik, serta produk-produk yang diberikan dan mendorong karyawan untuk bekerja secara maksimal sehingga kinerja yang dihasilkan lebih optimal. Hal ini terbukti karena kualitas berpengaruh signifikan terhadap strategi pemasaran.

Hal ini didukung dengan penelitian Dara dan Rovila (2012) Penelitian ini meneliti tentang pengaruh Elemen SPM terhadap Kualitas Internal Produk pada perusahaan manufaktur yang bersertifikasi ISO 9001. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua Elemen SPM secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.