

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEBERAGAMAN  
TERHADAP MINAT BELI DI PASAR PAGI JODOH  
KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Bagus Satria  
160910415**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEBERAGAMAN  
TERHADAP MINAT BELI DI PASAR PAGI JODOH  
KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:  
Bagus Satria  
160910415**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

### SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Bagus Satria  
NPM : 160910415  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEBERAGAMAN TERHADAP MINAT BELI DI PASAR PAGI JODOH KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 29 Januari 2021



**Bagus Satria**  
160910415

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
KEBERAGAMAN TERHADAP MINAT BELI DI PASAR  
PAGI JODOH KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar Sarjana

Oleh:  
Bagus Satria  
160910415

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera dibawah ini

Batam, 29 Januari 2021



Dr. Realize, S.Kom., M.Si  
Pembimbing



**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Pasar Pagi Jodoh Kota Batam terletak di Lubuk Baja, Kota Batam. Di mana pasar menjual berbagai produk makanan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan keragaman terhadap minat beli di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi 1.182 pengunjung. 299 responden diambil dari populasi ini sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dan pengambilan sampel adalah dengan *simple random sampling*. Kuisisioner dibagikan untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan metode responden untuk mendapatkan hasil dari hipotesis. Penelitian ini diukur dengan Skala *Likert 5* poin yang menjelaskan sangat setuju untuk sangat tidak setuju. Data penelitian ini diproses menggunakan program statistik SPSS versi 22 untuk mendapatkan hasil penelitian yang signifikan. Hasil penelitian diketahui melalui Uji T secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan berbagai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Melalui Uji F diketahui bahwa secara simultan Kualitas Produk dan Berbagai variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variable-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variable dependen.

Kata Kunci : Kualitas Produk; Keberagaman; Minat Beli.

## **ABSTRACT**

*Pasar Pagi Jodoh Kota Batam is located in Lubuk Baja, Batam City. Where the market sells a variety of food products. This study aims to examine and analyze the effect of product quality and diversity on buying interest in Pasar Pagi Jodoh Kota Batam. This type of research is quantitative research with a population of 1,182 visitors. 299 respondents were taken from this population as samples in this study. The sampling technique in this study is probability sampling and sampling is by simple random sampling. Questionnaires were distributed to collect data. This research applies the respondent method to get the results from the hypothesis. This study was measured by a 5-point Likert Scale which explains strongly agree to strongly disagree. This research data was processed using the SPSS version 22 statistical program to obtain significant research results. The research results are known through the T Test partially the quality of the product has a positive and significant effect on buying interest, and various has a positive and significant effect on buying interest. Through the F Test it is known that simultaneously Product Quality and Various variables have a positive and significant influence on buying Interest.*

*Keywords: product quality; buying Interest; various.*





## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmatnya yang sungguh tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul ” PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEBERAGAMAN TERHADAP MINAT BELI DI PASAR PAGI JODOH KOTA BATAM”, yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Prodi Manajemen Bisnis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati, untuk membangun kesempurnaan skripsi ini.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terwujud, jika bukan karena izin dan kehendakNya. Selanjutnya penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung secara langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom,M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Dr. Hendri Herman, S.E., M.SI. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora di Universitas Putera Batam.
3. Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Dr. Realize, S.Kom., M.SI., selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Dosen dan staff Universitas Putra Batam yang telah menyalurkan ilmunya selama perkuliahan.
6. Orang tua beserta keluarga penulis yang telah memberi semangat dalam penyusunan skripsi.
7. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian koesioner.
8. Pihak yang membantu selama penyusunan skripsi yang tidak bisa disebut satu-persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah-Nya, Amin.



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Perumusan Masalah .....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1 Manfaat teoritis .....	7
1.6.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Teori Dasar .....	10
2.1.1 Kualitas Produk .....	10
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk .....	10
2.1.1.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan .....	11
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk .....	12
2.1.2 Keberagaman .....	13
2.1.2.1 Pengertian Keberagaman .....	13
2.1.2.2 Hubungan Keberagaman dan Minat Beli .....	13
2.1.2.3 Indikator Keberagaman .....	14
2.1.3 Minat Beli .....	14
2.1.3.1 Pengertian Minat Beli .....	14
2.1.3.2 Berbagai Macam Minat Beli .....	15
2.1.3.3 Indikator Minat Beli .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16

2.3 Kerangka Berpikir .....	19
2.4 Hipotesis .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Operasional Variabel.....	21
3.2.1 Variabel Independen (Variabel Bebas) .....	21
3.2.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	22
3.3 Populasi dan Sampel .....	22
3.3.1 Populasi.....	22
3.3.2 Sampel.....	23
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.5 Sumber Data.....	24
3.5.1 Data Primer... ..	24
3.5.2 Data Sekunder .....	25
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	25
3.6.1 Pemberian Kuesioner Secara Langsung dengan Responden .....	25
3.6.2 Pengisian Kuesioner melalui telepon .....	26
3.6.3 Pemberian Kuesioner Melalui Surat .....	26
3.7 Alat Pengumpulan Data .....	26
3.8 Metode Analisis Data .....	27
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	27
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	28
3.8.2.1 Uji Validitas Data.....	28
3.8.2.2 Uji Reliabilitas .....	29
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	29
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas .....	30
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.8.4 Uji Pengaruh .....	32
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	32
3.8.5 Uji Hipotesis.....	33
3.8.5.1 Uji T.....	33
3.8.5.2 Uji F.....	34

3.9 Lokasi Dan Jadwal Penelitian .....	35
3.9.1 Lokasi Penelitian .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	37
4.1 Profil Responden .....	37
4.1.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	37
4.1.2 Distribusi Responden Berdasarkan Umur .....	37
4.1.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
4.1.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	39
4.2 Hasil Penelitian .....	39
4.2.1.1 Variabel Kualitas (X1) .....	40
4.2.1.2 Variabel Keberagaman (X2) .....	41
4.2.1.3 Variabel Minat beli (Y) .....	42
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas Data .....	43
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	45
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	45
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	48
4.2.3.3 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	49
4.2.4 Hasil Uji Pengaruh .....	51
4.2.4.2 Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	53
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis .....	53
4.2.5.1 Hasil Uji T .....	53
4.2.5.2 Hasil Uji F .....	54
4.3 Pembahasan .....	55
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	58
5.1 Simpulan .....	58
5.2 Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	61
<b>LAMPIRAN</b>	
Lampiran pendukung	
Lampiran dokumen tambahan	
Lampiran Riwayat hidup	
Lampiran Surat Izin Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka berfikir .....	19
<b>Gambar 4. 1</b> Histogram Normalitas Variabel .....	46
<b>Gambar 4. 2</b> Standarized Residual Plot Variabel .....	47
<b>Gambar 4. 3</b> Scatterplot .....	50

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Data Penjualan Hasil Laut ( ikan, udang, sotong, kerang-kerangan, dll) di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam .....	4
<b>Tabel 1 .2</b> Data Penjualan Ayam dan Daging di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam...	4
<b>Tabel 1 .3</b> Data Penjualan Sayur dan Bumbu Dapur di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam .....	5
<b>Tabel 1. 4</b> Data Penjualan Buah-Buahan di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam .....	5
<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	17
<b>Tabel 3. 1</b> Operasional Variabel Penelitian.....	22
<b>Tabel 3. 2</b> Operasional Variable Penelitian.....	22
<b>Tabel 3. 3</b> Jawaban Responden .....	26
<b>Tabel 4. 1</b> Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
<b>Tabel 4. 2</b> Distribusi Responden Berdasarkan Umur .....	38
<b>Tabel 4. 3</b> Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
<b>Tabel 4. 4</b> Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	39
<b>Tabel 4. 5</b> Kriteria Analisis Deskripsi .....	40
<b>Tabel 4. 6</b> Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas (X1) .....	40
<b>Tabel 4. 7</b> Jawaban Responden Atas Variabel Keberagaman (X2).....	41
<b>Tabel 4. 8</b> Jawaban Responden Atas Variabel Minat Beli (Y) .....	42
<b>Tabel 4. 9</b> Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	43
<b>Tabel 4. 10</b> Uji Validitas Variabel Kualitas Produk dan Keberagaman.....	44
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat beli .....	45
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk dan Keberagaman..	45
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Analisis Kolmogrov-Smirnov .....	48
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	49
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji Glejser .....	51
<b>Tabel 4. 16</b> Koefisien Regresi .....	51
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	53
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji T.....	54
<b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji F .....	54

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1</b> Validitas .....	28
<b>Rumus 3. 2</b> Cronbrach, s Alpha .....	29
<b>Rumus 3. 3</b> Regresi Linear Berganda.....	32
<b>Rumus 3. 4</b> Uji T .....	33
<b>Rumus 3. 5</b> Uji F .....	34





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam menunjang perekonomian di lingkungan masyarakat banyak hal yang bisa dilakukan, salah satunya adalah dalam kegiatan jual-beli. Banyak hal yang berhubungan dengan jual beli baik secara tradisional maupun modern, serta banyak yang terlibat dalam proses jual beli seperti pemasok, pedagang, penjual, dan banyak lagi. Khususnya pasar tradisional banyak diminati masyarakat dengan beberapa alasan yang dirasa menguntungkan untuk setiap pelaku kegiatan jual-beli, salah satunya di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam atau pasar tos 3000 yang terletak di Lubuk Baja – Batam.

Pasar Pagi Jodoh Kota Batam merupakan pasar terbesar di kota Batam yang menjual kebutuhan sehari-hari seperti barang-barang rumah tangga, sayuran, buah-buahan, ikan, daging, dan perlengkapan-perengkapan lainnya. Pasar tersebut adalah pasar terlengkap yang ada di kota Batam, dan dilabeli dengan harga lebih murah dibandingkan pasar lainnya yang ada di kota Batam. Pasar pagi buka setiap hari mulai pukul 05:00 bahkan terkadang lebih awal hingga pukul 12:00. Banyak pedagang kaki lima berjualan disana dari yang mempunyai kios hingga yang berjualan di lapak jalan. Karena didukung dengan harga yang murah tentunya memiliki daya tarik sendiri untuk minat beli pelanggan.

Banyak masyarakat kota batam yang berkunjung untuk membeli barang dagangan atau berbelanja kebutuhan sehari-hari dikarenakan murahnya barang

yang ditawarkan. Selain harga yang murah, kualitas produk juga penting untuk diperhatikan. Kualitas produk dari Pasar Pagi Jodoh Kota Batam beberapa saat ini mengalami penurunan dikarenakan masyarakat mengeluh akan produk yang kurang baik, yang berbeda dari awalnya produk disana memiliki kualitas yang baik. Produk seperti ikan, daging, sayur-sayuran, ayam, produk-produk lainnya ditengarai berkualitas rendah bahkan produk dalam kemasan juga mengalami hal yang sama, sesuai pendapat Amer & Heon Lee (2015: 67) bahwa pelanggan merasakan kualitas produk makanan yang dikemas penuh dengan melihat tanggal kadaluwarsanya. Hal lain yang perlu diperhatikan oleh pasar adalah bervariasinya produk atau keberagaman produk. Keberagaman produk yang ditawarkan di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam menurun akhir-akhir ini, sehingga pembeli terbatas dalam memilih produk atau barang yang akan dibeli sehingga kemungkinan pembeli beralih ke tempat lain, ini disebabkan karena kurang puasnya pelanggan atau pembeli berbelanja disana sehingga berkurangnya pengunjung pasar, sesuai dengan pertimbangan bahwa kepuasan pelanggan adalah penentu utama untuk keseluruhan kinerja bisnis (Das & Lashkari, 2015: 22).

Pasar Pagi Jodoh kota Batam juga memiliki penilaian yang tidak begitu baik di mata masyarakat berdasarkan lokasinya. Untuk lokasinya terkesan kumuh, bau tidak sedap, apa lagi pada musim hujan datang sehingga jalanan berlumpur. Sistem keamanannya juga dinilai kurang baik untuk memberikan rasa aman bagi penjual dan pembeli karna tempat atau lapak yang tidak beraturan dan cenderung sempit.

Pasar Pagi Jodoh kota Batam yang merupakan gambaran dari kehidupan ekonomi kerakyatan yang menyajikan semua kegiatan ekonomi dan menjadi wadah bagi pelaku usaha kecil dan menengah dalam melakukan aktivitas jual-beli atau berdagang.

Menurut Satria (2017: 46) kualitas produk merupakan salah satu ringkasan fungsi dan ciri produk atau layanan, tergantung pada kemampuan mereka untuk memenuhi kebutuhan yang diharapkan. Dalam hal ini, kualitas produk yang ada di pasar kurang mampu memenuhi kebutuhan pembeli untuk memenuhi kebutuhannya, jika kualitas produk bagus maka akan ada minat beli dan maka sebaliknya.

Menurut Faradisa, Budi, & Minarsih (2016: 110) Keberagaman bukanlah hal baru di dunia pemasaran, dimana pemasar sering menggunakan teknik ini dalam kegiatan pemasaran mereka. Untuk pasar tradisional diperlukan keberagaman produk yang dijual, ini berupaya untuk memberikan banyak pilihan atau alternatif pembeli dalam menentukan apa yang akan dibeli saat berada di pasar tradisional. Di Pasar Jodoh kota Batam sendiri sudah terbatasnya keberagaman produk yang mengakibatkan kurangnya pengunjung pasar.

Menurut Satria (2017: 47) Minat beli merupakan daya tarik konsumen untuk memilih atau melakukan pembelian suatu produk berdasar pengalaman memilih barang yang diminati, digunakan dan dikonsumsi, atau bahkan menginginkan suatu produk jika seseorang merasa puas dan senang dengan pembelian jasa atau barang, maka akan mendorong minat pembelian, ketidakpuasan sering menurunkan minat beli.

Pada waktu belakangan ini pengunjung Pasar Pagi Jodoh Kota Batam menurun dikarenakan ada beberapa faktor, antara lain: kualitas produk yang kurang baik diakui oleh pelanggan, beberapa variasi / keberagaman produk yang tidak tersedia yang menyebabkan minat beli pelanggan menurun serta ketersediaan barang yang terbatas. Berikut adalah data-data yang didapatkan selama enam bulan terakhir terhadap volume penjualan di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam:

**Tabel 1. 1** Data Penjualan Hasil Laut (ikan, udang, sotong, kerang-kerangan, dll) di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam

No	Bulan	Volume penjualan	Target penjualan	Selisih (%)
1	Oktober 2019	Rp 140.000.000	Rp170.000.000	-18 %
2	November 2019	Rp 135.000.000	Rp172.000.000	-22%
3	Desember 2019	Rp 134.000.000	Rp173.000.000	-23%
4	Januari 2020	Rp 110.000.000	Rp175.000.000	-37%
5	Februari 2020	Rp 92.000.000	Rp177.000.000	-48%
6	Maret 2020	Rp 79.000.000	Rp 180.000.000	-57%
<b>Total</b>		Rp 690.000.000	Rp 1.047.000.000	-34%

**Sumber:** Data Pendapatan Pasar Pagi Jodoh Kota Batam 2019/2020

Data tersebut menyatakan bahwa penjualan ( ikan, udang, sotong, kerang-kerangan, dll) di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam menurun tiap bulannya dan tidak mencapai target yang ditentukan hingga pada bulan terakhir di maret 2020.

**Tabel 1 .2** Data Penjualan Ayam dan Daging di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam

No	Bulan	Volume penjualan	Target penjualan	Selisih (%)
1	Oktober 2019	Rp 140.000.000	Rp 160.000.000	-12,5%
2	November 2019	Rp 135.000.000	Rp 162.000.000	-17%
3	Desember 2019	Rp 132.000.000	Rp 165.000.000	-20%
4	Januari 2020	Rp 127.000.000	Rp 166.000.000	-24%
5	Februari 2020	Rp 122.000.000	Rp 167.000.000	-27%
6	Maret 2020	Rp 95.000.000	Rp 170.000.000	-44%

<b>Total</b>	Rp 754.000.000	Rp 990.000.000	-24%
--------------	----------------	----------------	------

**Sumber:** Data Pendapatan Pasar Pagi Jodoh Kota Batam 2019/2020

Data tersebut menyatakan penjualan ayam dan daging di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam menurun tiap bulannya dan tidak mencapai target yang ditentukan hingga pada bulan terakhir di maret 2020.

**Tabel 1.3** Data Penjualan Sayur dan Bumbu Dapur di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam

No	Bulan	Volume penjualan	Target penjualan	Selisih (%)
1	Oktober 2019	Rp 55.000.000	Rp 70.000.000	-21%
2	November 2019	Rp 50.000.000	Rp 72.000.000	-31%
3	Desember 2019	Rp 48.000.000	Rp 74.000.000	-35%
4	Januari 2020	Rp 46.000.000	Rp 77.000.000	-30%
5	Februari 2020	Rp 44.000.000	Rp 78.000.000	-44%
6	Maret 2020	Rp 41.000.000	Rp 80.000.000	-49%
<b>Total</b>		Rp 284.000.000	Rp 451.000.000	-37%

**Sumber:** Data Pendapatan Pasar Pagi Jodoh Kota Batam 2019/2020

Data tersebut menyatakan Sayur dan Bumbu Dapur di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam menurun tiap bulannya dan tidak mencapai target yang ditentukan hingga pada bulan terakhir di maret 2020.

**Tabel 1.4** Data Penjualan Buah-Buahan di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam

No	Bulan	Volume penjualan	Target penjualan	Selisih (%)
1	Oktober 2019	Rp 55.000.000	Rp 70.000.000	-22%
2	November 2019	Rp 52.000.000	Rp 72.000.000	-28%
3	Desember 2019	Rp 47.000.000	Rp 73.000.000	-36%
4	Januari 2020	Rp 44.000.000	Rp 76.000.000	-42%
5	Februari 2020	Rp 41.000.000	Rp 79.000.000	-48%
6	Maret 2020	Rp 38.000.000	Rp 80.000.000	-52%
<b>Total</b>		Rp 277.000.000	Rp 450.000.000	-39%

**Sumber:** Data Pendapatan Pasar Pagi Jodoh Kota Batam 2019/2020

Data tersebut menyatakan penjualan Buah-Buahan di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam menurun tiap bulannya dan tidak mencapai target yang ditentukan hingga pada bulan terakhir di maret 2020.

Dibuktikan dengan berkurangnya pendapatan pada Pasar Jodoh Kota Batam selama enam bulan terakhir, sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam, adapun judul yang diangkat adalah **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEBERAGAMAN TERHADAP MINAT BELI DI PASAR PAGI JODOH KOTA BATAM”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari paparan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalah yang ditemui adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk dari Pasar Pagi Jodoh Kota Batam kurang baik.
2. Keberagaman produk tidak tersedia di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam.
3. Ketersediaan barang terbatas pada pasar pasokan di Pasar Pagi Jodoh kota Batam.

## **1.3 Batasan Masalah**

Dari paparan identifikasi masalah yang dijelaskan, maka perlu membatasi bahasan yakni hanya pada pengaruh kualitas produk dan keberagaman terhadap minat beli di Pasar Pagi Jodoh kota Batam.

## **1.4 Perumusan Masalah**

Pada penelitian ini, perumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi minat beli pelanggan di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam?
2. Apakah keberagaman mempengaruhi minat beli pelanggan Di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam?
3. Apakah kualitas produk dan keberagaman secara bersama-sama akan mempengaruhi minat pelanggan di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang dijelaskan sebelumnya maka dapat diketahui tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pelanggan di Pasar Pagi Jodoh Batam Kota.
2. Pengaruh keberagaman terhadap minat beli pelanggan di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam.
3. Pengaruh kualitas produk dan keberagaman secara bersamaan terhadap minat beli Pasar Pagi Jodoh Batam Kota.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat teoritis**

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan belajar, melengkapi pengetahuan dan memberikan ide dan landasan teori serta memberikan informasi yang ingin diteliti.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Dari hasil penelitian ini bisa kita harapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang berkaitan dengan modal, keuntungan, pasar, dan peranan penting dalam kegiatan bisnis khususnya di pasar tradisional.
2. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan untuk membantu mahasiswa lain dalam melakukan penelitian dan menjadi bahan referensi terkhusus bagi Universitas Putera Batam.



3. Bagi Penulis untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang dampak mengenai pengaruh kualitas produk dan keberagaman terhadap minat beli di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Dasar**

##### **2.1.1 Kualitas Produk**

###### **2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk**

Menurut Marendra (2018: 36) produk ialah segala hal yang ditawarkan kepada konsumen dengan pengharapan nantinya akan dibeli atau dikonsumsi dengan dalam pemuas kebutuhan. Menurut Ramadhan & Santosa (2017: 2) produk adalah perpaduan antara karakteristik fisik, jasa, dan simbolik yang memiliki manfaat dan kepuasan bagi seorang konsumen, dan menurut Efnita (2017: 115) produk adalah konsep keseluruhan dari suatu proses atau objek yang membawa sejumlah manfaat atau nilai bagi konsumen. Adapun menurut Manik (2017: 113) produk dibagi dalam 2 hal, yaitu berwujud dan tidak berwujud, dalam artiannya produk meliputi objek fisik, pelayanan, aktivitas, manusia, lokasi, pemikiran, atau gabungan dari kesemuanya.

Menurut Diza, Moniharapon, & W.J Ogi (2016: 111) Menentukan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk memberikan hasil suatu pencapaian kinerja yang diinginkan. Lalu Menurut Mubarak (2018: 19) kualitas produk merupakan penstandaran produk yang sesuai dalam pemanfaatannya. Produk dikatakan bernilai atau berkualitas apabila memenuhi ketentuan standarnya.

Menurut Amalia & Asmara Nst (2017: 663) suatu produk memiliki kemampuan untuk melaksanakan fungsi-fungsinya yang disebut kualitas produk. Kemampuan tersebut meliputi keandalan, kemudahan penggunaan, keberlanjutan, serta akurasi dan karakteristik penting lainnya dari kondisi dinamis terkait dengan objek, layanan, orang, produk dan lingkungan yang melampaui harapan.

Berdasarkan definisi di atas, kesimpulannya sebagai berikut:

1. Kualitas adalah situasi perubahan keadaan yang konstan.
2. Kualitas mencakup produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan.
3. Kualitas mencakup pertemuan bisnis atau melebihi harapan pelanggan usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Dari uraian tersebut, dinyatakan bahwa kualitas suatu produk adalah suatu kinerja produk yang mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Amrullah, S.Siburian, & ZA Zainurossalamia (2016: 102) Arti kualitas suatu produk adalah kemampuan suatu produk untuk mem-visualisasikan semua aturan untuk presentasi produk, termasuk integritas keseluruhan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan dan pemeliharaan, serta karakteristik produk lainnya dan menguntungkan konsumennya.

#### **2.1.1.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan**

Kurniawan, Soesanto, & Yuniawan (2016: 49) menyatakan bahwa persepsi konsumen tentang kualitas produk adalah pemahaman pelanggan tentang semua manfaat dari pemanfaatan produk. Penampilan visual dari sebuah produk mampu mempengaruhi kualitas produk. Penampilan visual pada produk dapat meliputi warna-warna indah, bentuk-bentuk wajah produk yang unik, logo, dimensi dan

penampilan terperinci. Tampilan visual akan memengaruhi pemahaman awal konsumen tentang kualitas produk. Efisiensi produk, jaminan kepuasan dan kualitas produk secara keseluruhan adalah beberapa elemen yang menjadi ciri kualitas produk. Meningkatkan kualitas produk akan mempengaruhi tingginya biaya pelanggan untuk produk tersebut. Semua anggapan bahwa elemen kualitas menjadi bagian penting yang secara positif mempengaruhi minat beli konsumen. Apabila produk memiliki daya tarik yang kuat dan kualitasnya baik maka produk tersebut memiliki harga tinggi bagi pelanggan. Selain kualitas produk dapat mendorong minat beli lebih banyak, kualitas produk dapat menjadi insentif bagi konsumen yang ingin membayar harga yang lebih tinggi.

#### **2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk**

Menurut Amrullah et al., (2016: 102) Kualitas produk dalam bentuk barang atau jasa ditentukan oleh dimensinya, kriteria-kriterianya sebagai berikut :

1. Performance (kinerja) terkait pada ciri operasi dasar suatu produk.
2. *Durability* (daya tahan), yakni kapan atau lamanya produk tersebut dipertanyakan sebelum produk dibeli. Semakin besar frekuensi konsumsi konsumen produk, semakin besar kekuatan produk.
3. Features (fitur), merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk meningkatkan kinerja produk atau meningkatkan minat pelanggan pada produk.

## **2.1.2 Keberagaman**

### **2.1.2.1 Pengertian Keberagaman**

Menurut Sarjita (2017: 29) Keberagaman adalah elemen yang harus dipertimbangkan pengusaha. Keberagaman yang baik memungkinkan perusahaan untuk membeli dan menarik pelanggan. Keberagaman dikenal sebagai serangkaian elemen dan produk (berbeda) yang penjual tawarkan kepada konsumen (Simamora, 2001). Keberagaman adalah himpunan semua barang dan barang dagangan yang ditawarkan oleh penjual.

Menurut Fitri, Taufik, & Jariah (2018: 814) keberagaman yaitu merupakan satu set semua produk dan produk yang diberikan penjual kepada pelanggan. Keberagaman adalah integritas produk dan produk yang dijual, perubahan merek yang dijual, perubahan volume barang yang dijual, ketersediaan produk yang dijual. Keragaman adalah seperangkat produk dan produk yang semuanya dijual oleh vendor tertentu. Berdasarkan pemahaman tentang keragaman produk di atas, keragaman adalah seperangkat banyak produk dalam hal semua merek, kuantitas dan kualitas barang, serta ketersediaan produk ini di pusat perbelanjaan.

Menurut Ogi, Supandi, & Rotinsulu (2018: 3955) keragaman adalah jumlah jenis atau jenis produk dalam hal integritas produk mulai dari banyak jenis, merek, warna, bahan, ukuran kualitas dan ketersediaan produk ini di semua toko, pasar, outlet- penjualan dan minimarket.

### **2.1.2.2 Hubungan Keberagaman dan Minat Beli**

Menurut Mustika & Rachmi (2018: 146), keterlibatan konsumen dalam minat beli adalah perilaku pembelian. Beberapa situasi pembelian ditandai oleh

rendahnya keterlibatan perbedaan merek. Konsumen sering membuat banyak perubahan merek, misalnya konsumen memiliki pandangan tentang biskuit, biskuit yang sama rasa namun terkadang berbeda di mata konsumen dikarenakan merek tersebut. Terkadang konsumen atau pembeli menentukan sebuah merek tanpa perlu adanya banyak evaluasi, serta tanpa melakukan evaluasi terhadap produk untuk dikonsumsi, atau bahkan hanya sekedar ingin tau mengenai rasa produk tersebut, begitu juga dengan produk-produk yang ditawarkan di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam harus bervariasi baik dalam penyediaan makanan laut, daging, sayur, bumbu dapur dan perlengkapan - perlengkapan lainnya demi menarik perhatian pembeli disana.

### **2.1.2.3 Indikator Keberagaman**

Adapun indikator-indikator keberagaman adalah Sarjita (2017: 146):

1. Pasar komplit tradisional dikota
2. Pemenuhan terhadap keperluan setiap harinya
3. Kualitas dari produk yang dijual
4. Ketersediaan produk di pasar

### **2.1.3 Minat Beli**

#### **2.1.3.1 Pengertian Minat Beli**

Menurut Latief (2018: 95) Minat beli adalah dorongan atau untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan dan stimulus internal yang kuat merangsang tindakan, dimana impuls ini dirangsang oleh produk dan emosi positif. Lalu Menurut Sinha & Singh (2017: 311) niat merupakan anteseden langsung dari perilaku aktual pribadi yang terdapat dari dalam seseorang.

Martin Salangka, Massie, & Tampenawas (2017: 3716) mengatakan ada sejumlah faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen diantaranya faktor pengaruh eksternal, pengenalan produk, kesadaran terhadap kebutuhan, dan pengaruh evaluasi alternatif. Pengaruh eksternal ini didorong oleh kekuatan pemasaran dan 15 ndica sosial budaya, serta pribadi dan hubungan, yang membuat orang tertarik pada suatu objek sejumlah perilaku untuk menjadi lebih dekat atau lebih dekat ke objek.

Menurut Indahsari & Widi (2017: 5) minat beli adalah apa yang meningkatkan minat konsumen dalam pengaruh dari luar, suatu keperluan, input produk, serta penilaian lainnya. Menurut Sihombing, Dewi, & Al Madany (2019: 14) minat beli merupakan dalam akuisisi sebuah proses keterhubungan yang menghubungkan informasi wawasan guna melakukan evaluasi terhadap perilaku-perilaku serta memilih salah satunya, yang hasilnya adalah pilihan yang merupakan saran dari ekspresi diri kognitif. Dari paparan pendapat dua ahli di atas, peneliti menyimpulkan bahwa minat konsumen membeli adalah kecenderungan bertindak sebelum membuat keputusan untuk membeli suatu produk.

### **2.1.3.2 Berbagai Macam Minat Beli**

Latief (2018: 95) menjelaskan bahwa untuk mengidentifikasi minat beli dapat dilakukan dengan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Minat eksploratif, mendeskripsikan atau menggambarkan sifat ingin tahu seseorang terhadap suatu produk yang diminati, berupa informasi dan karakter-karakter yang dimiliki produk.



2. Minat preferensial, yaitu minat yang dimiliki seseorang yang pertama kali memiliki ketertarikan terhadap suatu produk.
3. Minat transaksional, berdasarkan kesediaan terhadap pembelian suatu produk.
4. Minat referensial, karakter individu yang memiliki pengaruh dalam mempengaruhi orang lain terhadap suatu produk.

#### **2.1.3.3 Indikator Minat Beli**

Perasaan yang muncul pada konsumen ketika terdapat ketertarikan yang meningkat pada konsumen dengan berbagai informasi tentang produk yang ditampilkan pada iklan, informasi dari pengguna produk, dan kebutuhan yang mendesak terhadap suatu produk, Menurut Indahsari & Widi (2017: 5) indikator minat beli dapat ditentukan oleh indikator dibawah ini:

1. Rasa tertarik pada produk yang ditawarkan.
2. Adanya kemudahan dan stok dalam membeli produk.
3. Suasana pembelian meyenangkan.
4. Tercukupinya kebutuhan

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

**Tabel 2. 1** Penelitian Terdahulu

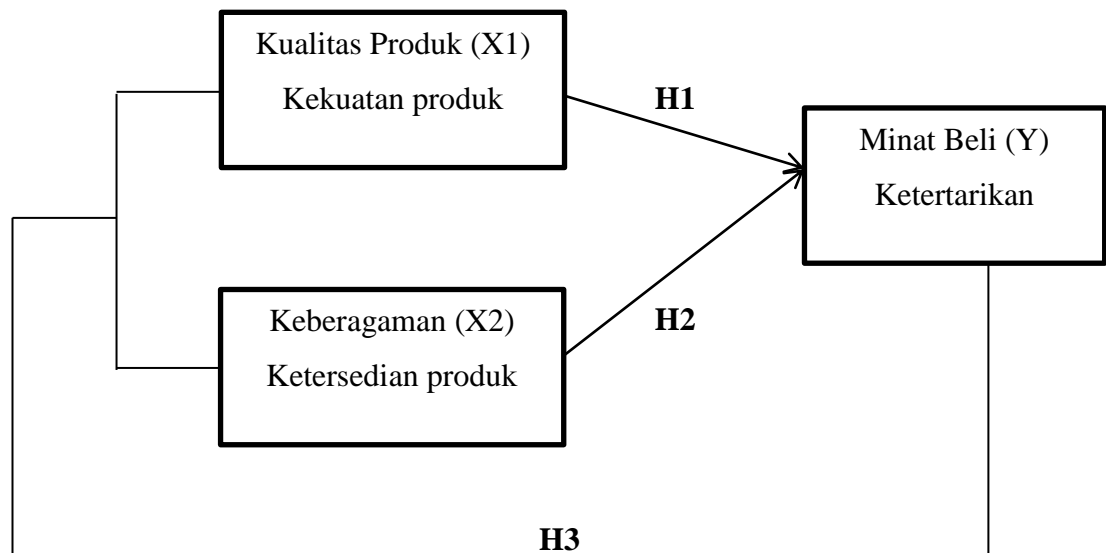
<b>Nama</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variabel</b>	<b>Metode Statistik</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Salim & Nurdin, (2020)	Pengaruh lokasi, keberagaman produk, harga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar raya amahami (kota bima)	X1:Lokasi X2:Keberagaman X3:Harga X4:Pelayanan Y:Minat beli	Analisis Regresi Linear Berganda	Secara bersama-sama (Simultan) terbukti bahwa lokasi, keberagaman produk, Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli. Pasar Raya Amahami Kota Bima
Abdul latief (2018)	Analisis pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap minat beli konsumen pada warung wedang jahe	X1 Produk X2 Harga X3 Lokasi X4 Promosi Y: Minat beli	Analisis Regresi Linear Berganda	variabel produk, harga, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada warung jahe
Arief adi satria (2017)	Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36	X1:Harga X2:Promosi X3:Kualitas produk Y:Minat beli	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel bebas yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat adalah faktor kualitas produk.
Melda, Sutomo, & Eviyati, (2015)	Minimarket Toko Pasti Desa Bojongkulon Kecamatan Susukan Kabupaten Cirebon )	X : Harga X2:Keberagaman X3:Kualitas Y: Minat beli	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel harga, variabel keragaman produk, dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian. Pada minimarket

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

Mustika & Rachmi, (2018)	Pengaruh Store Layout Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Swalayan Sativa Kediri	X1:Store layout X2:Keragaman produk Y:Keputusan pembelian	Analisis Regresi Linear Berganda	pengaruh store layout, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen
Arsyanti & Tri Rahayu, (2016)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang)	X1:Kualitas layanan X2:Kualitas produk X3:Keberagaman produk Y1:Kepuasan pelanggan Y2:Minat beli ulang	Analisis Regresi Linear Berganda	Keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat beli
Hendy Kurniawan, Harry Soesanto, dan Ahyar Yuniawan (2016)	Pengaruh kualitas produk layanan, dan persepsi harga terhadap nilai pelanggan dalam meningkatkan minat beli	X1:Kualitas produk X2:Harga X3: Nilai Y: Minat beli	Analisis Regresi Linear Berganda	Kualitas layanan, dan harga yang dipersepsikan. Lebih lanjut, peningkatan nilai yang dipersepsikan akan meningkatkan minat beli

### 2.3 Kerangka Berpikir

Pengaruh kualitas produk, dan berbagai kepentingan sistem dalam kerangka berfikir berikut:



**Gambar 2. 1** Kerangka berfikir

**Sumber:** Data olahan (2020)

### 2.4 Hipotesis

Menurut (Putri & Kartika (2017: 5) hipotesis adalah opini sementara terhadap rumusan suatu masalah dalam penelitian, rumusan masalah dibentuk dalam kalimat bertanya, bersifat sementara karena hanya berdasarkan teori bukan bukti empiris selama penelitian.

Hipotesis yang ditampilkan peneliti dalam penelitian adalah:

H1: Diduga kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam.

H2: Diduga keberagaman memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam.

H3: Diduga kualitas produk dan Keberagaman secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan rancangan yang digunakan sebagai pedoman. Penelitian harus didahului oleh studi, agar nantinya akan bisa berjalan secara lancar dan semestinya.

Desain studi yang dipakai yakni deskriptif kuantitatif penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan membuktikan variable kualitas produk, keberagaman dan minat beli. Jenis penelitian ini adalah penelitian yang diperoleh data secara langsung melalui pengunjung yang di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data penelitian. Kuesioner bertujuan sebagai alat pengumpulan data dalam bentuk daftar pernyataan demi mendapatkan informasi dari sejumlah responden (Saputra, 2018).

#### **3.2 Operasional Variabel**

Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan Skala likert dengan cara menggunakan metode distribusi kuesioner. Skala Likert adalah skala berdasarkan jumlah sikap responden variabel yang sedang diukur (Widodo, 2017: 82)

##### **3.2.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)**

Martono (2016: 61) merumuskan bahwa variabel independen ialah variabel yang memberikan pengaruh terhadap variabel lain. Variabel ini pada umumnya dilambangkan dengan “X”.

Definisi operasional dari setiap variabel dapat ditinjau pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3. 1** Operasional Variabel Penelitian

<b>Variabel Independen</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Kualitas produk (X1)	<i>Performance</i> (kinerja) <i>Durability</i> (daya tahan) Features (fitur)	Skala likert
Keberagaman (X2)	Pasar tradisional yang terlengkap di kota Batam Pemenuhan kebutuhan sehari-hari Kualitas produk yang dijual Ketersediaan produk di pasar	Skala likert

Sumber: Munawir (2018)

### 2.1.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Menurut Martono (2016: 61) menjelaskan bahwa variabel dependen adalah variabel yang dipicu oleh variabel bebas atau variabel independen. Kita dapat memberi simbol variabel ini dengan variabel "Y".

**Tabel 3. 2** Operasional Variable Penelitian

<b>Variabel Independen</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Minat Beli (Y)	1. Rasa tertarik pada produk yang ditawarkan. 2. Ketersediaan dan kemudahan dalam membeli produk. 3. Suasana pembelian menyenangkan. 4. Tercukupinya kebutuhan.	Skala likert

Sumber: Munawir 2018

## 3.3 Populasi dan Sampel

### 3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sarwono (2012: 18) adalah unit dengan kelas memiliki katekarakteristik yang sama dengan sampel yang diambil. Konsumen di pasar pagi



jodoh Batam Kota menjadi populasi pada penelitian ini, yakni konsumen yang berada di pasar pagi jodoh kota Batam, pada bulan Maret sebanyak 1.182 orang.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sarwono (2012: 18) menjelaskan bahwa sampel adalah bagian kecil dari populasi yang digunakan oleh para peneliti dalam penelitian mereka. Sampel yang diperoleh peneliti adalah sampel yang dapat mewakili perilaku yang dianggap mewakili populasi pada Pasar Pagi Jodoh kota Batam. Metode *stratified random sampling* digunakan untuk melakukan pengambilan sampel dalam penelitian ini. *Stratified random sampling* adalah metode pengambilan sampel dari populasi secara *random* atau acak berstrata secara professional. Metode ini dapat dilakukan apabila memenuhi kondisi populasi terdiri dari anggota yang heterogen atau tidak sejenis. Adapun penentuan sampel dengan rumus *slovin* sebagai berikut:

Perhitungannya adalah

$$n = \frac{N}{(1+N.e^2)}$$

Sehingga :

$$n = \frac{1.182}{1+1.182.0,05(2)}$$

$$n = \frac{1.182}{1+1.182.0,0025}$$

$$n = \frac{1.182}{1+2,955}$$

$$n = \frac{1.182}{3,955}$$

$$n = 298,86$$

$$n = 299$$

Dimana:

$n$  = banyaknya sampel

$N$  = banyaknya populasi

$e$  = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

Pengambilan sampel yang dapat ditolerir 5% (Sarwono, 2012: 24). Pada penelitian ini, peneliti melakukan pembulatan pada hasil perhitungan yakni 298,86 menjadi 299 agar memudahkan penelitian sehingga responden yang harus diambil sebanyak 299 responden.

### **3.4 Teknik Pengambilan Sampel**

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara acak sehingga teknik yang digunakan *random* (acak) sederhana. Teknik ini menurut Sarwono, (2012: 18) adalah memilih sampel secara acak/tidak berurutan. Kemudahan dalam teknik ini adalah peneliti tidak membutuhkan pengetahuan tentang populasinya, selanjutnya sampel akan diambil secara acak.

### **3.5 Sumber Data**

#### **3.5.1 Data Primer**

Data primer merupakan dimana peneliti mencatat dan mengumpulkan data saat pertama kali (Anwar, 2017: 103). Kelebihan data primer dibanding sekunder adalah peneliti bisa mengontrol terhadap data tersebut, ini dikarenakan peneliti mampu memahami proses pengumpulan datanya secara historis. Peneliti dapat menjembatani kesenjangan waktu tertentu, misalnya data yang dibutuhkan adalah

tahun sekarang namun yang tersedia adalah tahun-tahun sebelumnya, Para peneliti lebih cenderung menghubungkan masalah penelitian mereka dengan potensi informasi yang tersedia dilapangan.

### **3.5.2 Data Sekunder**

Menurut (Sanusi, 2017) menjelaskan bahwa data yang sudah ada dan peneliti biasanya langsung memanfaatkan data yang sudah ada sesuai dengan kebutuhannya disebut data sekunder. Data ini dapat tersedia di tempat penelitian atau instansi namun tidak menutup kemungkinan data ini juga dapat tersedia di luar instansi tempat penelitian. Data sekunder internal adalah data yang tersedia ditempat penelitian itu sendiri, sedang data yang berada diluar penelitian tersebut disebut data sekunder eksternal.

## **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Demi untuk mendapatkan data yang berkualitas dan sesuai dengan riset yang sedang dilaksanakan, peneliti memerlukan teknik-teknik yang benar baik itu dalam mencari maupun memilih data yang mana akan sesuai atau tidak dalam penelitian yang akan dijalani. Pengumpulan data primer digunakan oleh peneliti sebagai metode pengumpulan data dengan cara penyediaan kuesioner langsung kepada responden, mengisi kuesioner melalui telepon, mengisi kuesioner melalui surat, kuesioner melalui email. (Sarwono, 2012: 31).

### **3.6.1 Pemberian Kuesioner Secara Langsung dengan Responden**

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan aktif data primer dengan cara memberikan kuesioner langsung dengan beberapa pernyataan kepada responden (Sarwono, 2012: 39). Dalam penelitian ini,

kuesioner (angket) yaitu mencakup dampak dari Pengaruh Kualitas Produk dan Keberagaman terhadap Minat Beli di Pasar Pagi Jodoh Kota Batam.

Langkah-langkah dalam mengisi kuesioner adalah mencentang jawaban yang diberikan oleh para peneliti dalam kuesioner.

**Tabel 3. 3** Jawaban Responden

<b>Nilai</b>	<b>Notasi</b>	<b>Keterangan</b>
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	N	Netral
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

**Sumber:** (Sarwono, 2012: 87)

### **3.6.2 Pengisian Kuesioner melalui telepon**

Mengisi kuesioner melalui telepon pada dasarnya sama dengan metode pertama. Perbedaan utama adalah bahwa kuesioner ini harus dibaca oleh penerima data melalui telepon kepada responden, dan kemudian tanggapan orang tersebut akan dijawab melalui telepon (Sarwono, 2012: 40).

### **3.6.3 Pemberian Kuesioner Melalui Surat**

Metode ini diartikan sebagai metode pengumpulan informasi melalui kuesioner melalui surat atau pos. Peneliti mendapat manfaat karena responden memiliki cukup waktu untuk memahaminya (Sarwono, 2012: 40).

## **3.7 Alat Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan tanggapan dari setiap responden. Kuesioner tersebut akan diberikan kepada konsumen yang berbelanja di pasar pagi Jodoh Batam.

### **3.8 Metode Analisis Data**

Menurut Sanusi (2017: 115) metode ini adalah suatu teknik yang nantinya akan digunakan peneliti dalam mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan mencerminkan karakteristik tujuan penelitian. Banyak variabel-variabel yang berbeda yang terlibat dalam suatu penelitian ini tergantung pada kompleksitas masalah dalam penelitian. Sama halnya juga dengan data yang akan dipakai, tentu akan berbeda-beda dalam menggunakan skala ukurnya. Bahkan penerapannya terkadang berbeda-beda untuk setiap variabel. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan statistik deskriptif dan inferensial sebagai teknik analisis pada data statistik kuantitatif.

#### **3.8.1 Analisis Deskriptif**

Sanusi (2017: 115) menjelaskan statistik deskriptif merupakan statistik yang dimanfaatkan dalam analisis data. Penyajian data Statistik deskriptif meliputi tabel, grafik, diagram lingkaran, fiktogram, angka mode, rata-rata, uang, angka desil, persentase, jumlah rata-rata serta standar deviasi dan persentase.

Analisis didasarkan pada dukungan komputer dan perangkat statistik, misalnya SPSS (*Statistik untuk Ilmu Sosial*) versi 22. Data yang dikumpulkan melalui program SPSS diuji akan hubungan antara masing-masing peran dan dampaknya memberikan gambaran tentang hubungan tersebut, baik variabel bebasnya dan terikat.

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1 Uji Validitas Data

Setelah tahap mengumpulkan data, lalu peneliti akan menguji kevaliditasan data tersebut. Menurut Sanusi (2017: 77) suatu instrumen dianggap sah jika mengukur apa yang harus diukur. Ini akan menentukan nilai hubungan sebagai berikut, dengan rumus Pearson Product Moment:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum Y)}{2\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

**Rumus 3.1** Validitas

**Sumber:** (Sanusi, 2017: 77)

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi

X = skor butir

Y = skor butir normal

N = jumlah responden

Kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Apabila nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka terdapat korelasi yang signifikan antara item-item pertanyaan yang diajukan atau instrument terhadap skor total dan data dinyatakan valid.
2. Apabila nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka tidak ada korelasi yang signifikan antara item-item pertanyaan yang di ajukan atau instrument terhadap skor total dan data dinyatakan tidak valid.

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur yang mampu menunjukkan konsistensi hasil pengukuran ketika digunakan oleh orang yang sama atau berbeda dan pada waktu yang sama atau berbeda pula, ini bisa dikatakan reliabilitas (Sanusi, 2017: 80).

Menurut Sujarweni (2015: 172) Uji reliabilitas Keandalan dapat diuji dengan semua variabel. Nilai  $\alpha > 0,60$ , itu dapat diandalkan melalui rumus dibawah ini:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

**Rumus 3. 2** Cronbrach, s Alpha

**Sumber:** (Sugiyono, 2018)

Keterangan:

$r_x$  = reliabilitas yang dicari

n = jumlah pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$  = jumlah varians skor tiap item

$\sigma_t^2$  = varians total

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut Widodo (2017: 111) uji normalitas merupakan untuk menentukan distribusi residual. Model yang baik mempunyai residual berdistribusi normal Kolmogorov-Smirnov (K-S). Pada dasarnya, normalitas suatu data dapat dikenali atau terdeteksi pada sumbu diagonal dari histogram residual dari distribusi data (titik).

Kriteria Uji Kolmogorov Smirnov:

Signifikansi uji, nilai  $|FT-FS|$  terbesar dibandingkan dengan nilai tabel Kolmogorov Smirnov.

Jika nilai  $|FT - FS| terbesar < nilai\ tabel\ Kolmogorov\ Smirnov$ , maka  $H_0$  diterima ;  $H_a$  ditolak.

Jika nilai  $|FT - FS| terbesar > nilai\ tabel\ Kolmogorov\ Smirnov$ , maka  $H_0$  ditolak ;  $H_a$  diterima.

Uji normal probability plot, atau apa yang disebut nama tes P-Plot, adalah salah satu alternatif yang cukup efektif untuk menentukan apakah model regresi yang akan dianalisis dalam tes didistribusikan secara normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini, teknik dilakukan pada nilai residual dari model regresi dan bukan pada beberapa data dari variabel penelitian. Model regresi yang baik harus memiliki nilai residu yang normal. Pada dasarnya, normalitas suatu data dapat dikenali atau dideteksi dengan membagi sumbu diagonal dari grafik data (titik) dari sisa grafik.

1. Data dikatakan berdistribusi normal, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya.
2. Sebaiknya data dikatakan tidak berdistribusi normal, jika data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal atau grafik histogramnya.

### **3.8.3.2 Uji Multikolinearitas**

Menurut Widodo (2017: 114) uji multikolinieritas bertujuan untuk membuktikan ada tidaknya korelasi antara variabel independen. Dalam kasus



model regresi yang baik, tidak ada korelasi antara variabel independen. Untuk menentukannya, berikut ini dapat dilihat:

1. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variable-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variable dependen.
2. Jika antar variable independen memiliki korelasi dengan cukup tinggi (biasanya lebih dari 0,09), ini berindikasi adanya gejala multikolinearitas. Multikolinearitas penyebabnya adanya kombinasi dua maupun lebih variabel independen.
3. Multikolinearitas juga bisa diketahui dari nilai tolerance =, dan lawannya yaitu *variance inflation factor (VIF)*. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* yang tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan nilai *VIF*  $> 10$ . Walau multikolinearitas dapat dideteksi dengan nilai *tolerance* dan *VIF*, tetapi masih tetap tidak mengetahui variable-variabel independen mana sajakah yang saling berkorelasi.

### **3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Widodo (2017: 114) Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menggeser perbedaan dalam varian residual dari periode observasi ke periode observasi. Model tersebut menunjukkan bagaimana ada atau tidaknya heteroskedastisitas Scatterplot. Untuk menentukan apakah Heteroskedastisitas juga

bisa dilakukan pengujian uji glejser, ialah tes yang membuktikan apakah terjadi heteroskedastisitas residu absolut (UbsUt). Kriterianya sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, tidak ada gejala heteroskedastisitas pada model regresi.
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sanusi (2017: 114) Regresi garis berganda adalah perpanjangan dari regresi linier sederhana dasar, yaitu untuk meningkatkan jumlah variabel independen yang sebelumnya hanya satu atau dua variabel independen.

#### **Rumus: 3. 3** Regresi Linear Berganda

$$Y = \alpha + b_1X_1+b_2X_2+e$$

**Sumber:** (Sanusi, 2017)

Keterangan:

Y = variabel terikat atau dependen

$X_1$ & $X_2$ = variabel bebas atau independen

a = nilai konstanta

$b_1$  &  $b_2$  = koefisien regresi

e = variabel pengganggu

#### 3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) atau koefisien determinasi berganda, hampir sama dengan  $r^2$ . R juga hampir mirip dengan r, tapi keduanya secara fungsional

berbeda (kecuali untuk regresi linear sederhana).  $R^2$  menjelaskan proporsi variasi variabel dependen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (lebih dari satu variabel: X;  $i = 1, 2, 3 \dots, k$ ). Sementara itu,  $r^2$  mengukur kecocokan dari persamaan regresi, yang memberikan persentase variasi total variabel dependen (Y), yang dijelaskan oleh hanya satu variabel independen (X). Selain itu,  $r$  adalah koefisien korelasi yang menjelaskan kedekatan hubungan linear antara kedua variabel, nilainya bisa negatif dan positif. Sementara itu,  $R$  adalah koefisien korelasi kompleks yang mengukur hubungan antara variabel yang dependen (Y) dan semua variabel independen yang menjelaskannya bersama-sama, dan nilainya selalu positif. Persamaan regresi linear berganda lebih baik jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) lebih tinggi (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya, konsisten dengan peningkatan jumlah variabel independen (Sanusi, 2017: 136).

### 3.8.5 Uji Hipotesis

#### 3.8.5.1 Uji T

Menurut Saputra (2018: 84 ) menjelaskan uji T pada umumnya digunakan untuk menunjukkan besaran pengaruh sebuah variable bebas (independen) secara individual dalam menjelaskan variasi dengan variabel terikat (dependen). Kriterianya adalah membandingkan nilai signifikan terhadap nilai  $\alpha$ .

Rumus Uji T sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

**Rumus: 3. 4 Uji T**

**Sumber:** (Sugiyono, 2015: 245)

Keterangan:

$t$  = nilai  $t_{hitung}$  yang akan dikonsultasikan dengan  $t_{tabel}$

$r$  = korelasi parsial yang ditemukan

$n$  = jumlah responden

adapun kriteria dalam pengambilan keputusan berdasarkan uji T adalah sebagai berikut:

1. Apabila probabilitas nilai  $t$  atau signifikan  $< 0,05$  maka kesimpulannya  $H_0$  diterima.
2. Apabila probabilitas nilai  $t$  atau signifikansi  $> 0,05$  maka kesimpulannya  $H_0$  ditolak.

### 3.8.5.2 Uji F

Menurut Saputra (2018: 15) uji F menunjukkan apakah semua variabel independen yang termasuk dalam model memiliki efek gabungan pada variabel terikat (dependen). Kriterianya ialah melakukan perbandingan nilai atau probabilitas penting terhadap nilai  $\alpha$

Rumus uji F sebagai berikut:

#### Rumus: 3. 5 Uji F

$$f_{hitung} = \frac{R^2/k}{d(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Sumber: (Sugiyono, 2015: 137)

Keterangan:

$R^2$  = koefisien determinasi

$N$  = jumlah data atau kasus

$K$  = jumlah variabel independen

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

1. Nilai probabilitas  $< 0,05$ , disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variable bebas terhadap variable terikat.
2. Nilai probabilitas  $> 0,05$ , disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variable bebas terhadap variable terikat.

### 3.9 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

#### 3.9.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu daerah yang nantinya akan digunakan peneliti dalam penelitiannya. Dalam kasus ini lokasinya adalah Pasar Pagi Jodoh Kota Batam.

#### 3.9.2 Jadwal penelitian

No	Tahap Penelitian	September 2020				Oktober 2020				November 2020				Desember 2020				Januari 2021			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul	■	■																		
2	Pencarian Data Awal			■	■																
3	Penyusunan Penelitian					■	■	■	■												
4	Kuesioner									■	■	■	■	■	■	■	■				
5	Bimbingan Penelitian													■	■	■	■				
6	Penyelesaian Skripsi																	■	■	■	■