

**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KEBERAGAMAN PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL
ARGOSARI WONOSARI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Profesi Sarjana



Disusun Oleh :
ASTIKA PRATIWI
14808147008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

2016

PERSETUJUAN

**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KEBERAGAMAN PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL
ARGOSARI WONOSARI**

SKRIPSI

Oleh:

ASTIKA PRATIWI

NIM. 14808147008

Telah disetujui dan disahkan pada tanggal 7 September 2016

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi



Program Studi Manajemen

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui

Dosen Pembimbing

Dr. Tony Wijaya, M.M
NIP. 19790716 201404 1 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul
**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KEBERAGAMAN PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL
ARGOSARI WONOSARI**




Disusun Oleh:

ASTIKA PRATIWI

NIM. 14808147008

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 3 Oktober 2016 dan
dinyatakan lulus

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Penny Rahmawati, S.E., M.Si	Ketua Penguji		13-10-2016
Dr. Tony Wijaya, M.M	Sekretaris Penguji		17-10-2016
Arif Wibowo, M.E.I	Penguji Utama		12-10-2016

Yogyakarta, 18 Oktober 2016
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta


Dr. Sugiharsono, M.Si
NIP. 19550328 198303 1 0023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Astika Pratiwi

NIM : 14808147008

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul : Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk terhadap
Minat Beli pada Pasar Tradisional Argosari Wonosari.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri.

Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Dengan demikian pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 8 September 2016

Yang menyatakan,



Astika Pratiwi
NIM. 14808147008

MOTTO

- *“Sesungguhnya Allah menyukai hamba yang berkarya dan terampil (ahli / professional). Barangsiapa bersusah-payah mencari nafkah untuk keluarganya, maka nilainya sama dengan seorang mujahid di jalan Allah SWT” – Hadist Nabi (HR. Ahmad)*
- *“Bila kehidupan berjalan berlandaskan keyakinan pada Tuhanmu, berusaha menggapai harapan disertai doa dengan kesungguhan dan cinta, Akan ada keajaiban yang mengubah hidup yang kau upayakan dengan keikhlasanmu”- Penulis*
- *“Tujuan dari belajar adalah untuk terus tumbuh, akal tidak sama dengan tubuh, karena akal terus bertumbuh selama kita hidup”- Martimer Adler*
- *“Jika Anda mendidik seorang laki-laki, maka seorang laki-laki itu akan terdidik. Tapi jika Anda mendidik seorang perempuan, maka satu generasi akan terdidik” – Brigham Young*
- *“Ilmu itu diperoleh dari lidah yang gemar bertanya serta akal yang suka berpikir”. – Abdullah bin Abbas*
- *“Pendidikan merupakan senjata yang paling mematikan di dunia, karena dengan Pendidikan mampu mengubah dunia” – Nelson Mandela*
- *“Pendidikan bukanlah suatu proses untuk mengisi wadah yang kosong, akan tetapi Pendidikan adalah suatu proses menyalakan api pikiran” – W.B. Yeats*

PERSEMBAHAN

Karya Tulis sederhana ini ku persembahkan kepada:

- ✓ *Kedua orang tuaku, bapak dan Ibu tercinta, terima kasih untuk seluruh doa dan kasih sayang yang telah diberikan untuk keberhasilanku dalam menggapai cita-cita.*
- ✓ *Adikku tersayang, yang selalu mendukung setiap usahaku dalam menuntut ilmu dan mendorongku untuk berusaha menjadi kakak yang lebih baik sebagai teladan.*
- ✓ *Kakek dan Alm Nenekku serta segenap keluarga yang selalu mendoakan keberkahan ilmu, kesuksesan studi dan karirku.*
- ✓ *Teman-teman Program Kelanjutan Studi (PKS) Manajemen angkatan 2014 yang memberikan semangat padaku untuk bersama-sama terus berjuang menuntut ilmu. Semoga kita tetap selalu saling memotivasi dalam kebaikan dan dipertemukan kembali oleh Allah di dalam kesuksesan.*

PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL ARGOSARI WONOSARI

Oleh:
Astika Pratiwi
NIM. 14808147008

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh lokasi, harga dan keberagaman produk terhadap minat beli di Pasar tradisional Argosari Wonosari, (2) pengaruh lokasi terhadap minat beli di Pasar tradisional Argosari Wonosari, (3) pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari, dan (4) pengaruh harga terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari.

Desain penelitian ini adalah penelitian survey dengan menggunakan metode penelitian asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen yang ada di pasar tradisional Argosari Wonosari dengan jumlah sampel sebanyak 200 orang. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) lokasi, harga dan keberagaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 65,014 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; (2) lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,968; dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,195; (3) harga berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,164 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,310; dan (4) keberagaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari. Hal ini dibuktikan nilai t hitung sebesar 6,548 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,359.

Kata kunci: Lokasi, Harga, Keberagaman Produk, Minat Beli

**THE EFFECT OF LOCATION, PRICE AND PRODUCT VARIETY
TOWARDS A PURCHASE INTEREST IN TRADITIONAL MARKET OF
ARGOSARI WONOSARI**

By:

Astika Pratiwi
NIM. 14808147008

ABSTRACT

This research was aimed to know: (1) the effect of location, price and product variety towards a purchase interest in traditional market of Argosari Wonosari. (2) the effect of location towards a purchase interest in traditional market of Argosari Wonosari, (3) the effect of price towards a purchase interest in traditional market of Argosari Wonosari, and (4) the effect of product variety towards a purchase interest in traditional market of Argosari Wonosari.

This was a survey research design using an associative research method. The research population were customers in traditional market of Argosari Wonosari numbered 200 people. Data was gathered using an already-tested validity and reliability questionnaire. Data was analyzed using a multiple regression analysis technique.

The research results showed that: (1) location, price and product variety positively affect a purchase interest in traditional market of Argosari Wonosari. This was proven by F count value of 65.014 with significance of $0.000 < 0.05$; (2) location positively affects a purchase interest of traditional market of Argosari Wonosari. This was proven by t count value of 3.968 with significance value of $0.000 < 0.05$ and a regression coefficient of 0.195; (3) price positively affects a purchase interest of traditional market of Argosari Wonosari. This was proven by t count value of 5.164 with significance value of $0.000 < 0.05$ and a regression coefficient of 0.310; and (4) product variety positively affects a purchase interest in traditional market of Argosari Wonosari. This was proven by t count value of 6.548 with significance value of $0.000 < 0.05$ and a regression coefficient of 0.359.

Keywords: location, price, product variety, purchase interest

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, karunia, dan petunjukNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Argosari Wonosari” ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., MA, Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Setyabudi Indartono, Ph.D., Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Dr. Tony Wijaya, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang selama ini penuh kesabaran memberikan bimbingan, motivasi, serta arahan dalam menyempurnakan skripsi ini.
5. Arif Wibowo, M.E.I., yang telah bersedia menjadi Penguji Utama selama ujian skripsi, terima kasih atas kesempatan waktu dan saran-saran yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Penny Rahmawati, M.Si., selaku Ketua Penguji yang telah meluangkan waktunya dan banyak member masukan, koreksi serta arahan agar skripsi ini lebih baik lagi.
7. Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan yang sangat berguna.
8. Mahasiswa Program Kelanjutan Studi (PKS) Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Namun demikian, merupakan harapan besar bagi penulis bila skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menjadi satu karya yang bermanfaat.

Yogyakarta, 8 September 2016
Yang menyatakan,



Astika Pratiwi
NIM.14808147008

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Deskripsi Teori.....	12
1. Pasar.....	12
2. Lokasi	12
3. Harga	14
4. Keberagaman Produk	18
5. Minat Beli	19
B. Penelitian yang Relevan.....	21
C. Kerangka Berpikir.....	24
D. Paradigma Penelitian.....	29
E. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Desain Penelitian.....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian	31
C. Definisi Operasional Variabel.....	31

D. Populasi dan Sampel	33
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Instrumen Penelitian	35
G. Uji Instrumen Data	37
H. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil Penelitian	54
1. Analisis Deskriptif	54
2. Uji Prasyarat Analisis	62
3. Pengujian Hipotesis	65
B. Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Keterbatasan Penelitian	76
C. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

1. Data Keluhan Konsumen, Pedagang dan Pengunjung.....	12
2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	35
3. <i>KMO and Bartlett's Test</i> Tahap 1.....	39
4. <i>Rotated Component Matrix</i> Tahap 1	40
5. <i>KMO and Bartlett's Test</i> Tahap 2	43
6. <i>Rotated Component Matrix</i> Tahap 2	43
7. Hasil Uji Reliabilitas	45
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	55
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin	56
10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	58
12. Kategorisasi Variabel Lokasi	59
13. Kategorisasi Variabel Harga	60
14. Kategorisasi Variabel Produk	61
15. Kategorisasi Variabel Minat Beli	61
16. Hasil Uji Multikolinieritas	63
17. Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
18. Hasil Uji Normalitas	64
19. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda	65

DAFTAR GAMBAR

1. Paradigma Penelitian.....	29
------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran:

1. Kuesioner Penelitian	83
2. Data Validitas dan Reliabilitas.....	94
3. Data Penelitian	100
4. Data Kategorisasi	112
5. Data Karakteristik Responden.....	118
6. Hasil Uji Validitas CFA (Tahap 1)	124
7. Hasil Uji Validitas CFA (Tahap 2)	126
8. Hasil Uji Reliabilitas	128
9. Hasil Uji Karakteristik Responden	130
10. Rumus Perhitungan Kategorisasi	131
11. Hasil Uji Kategorisasi	133
12. Hasil Uji Deskriptif	134
13. Hasil Uji Normalitas	135
14. Hasil Uji Multikolinieritas	136
15. Hasil Uji Heteroskedastisitas	137
16. Hasil Uji Regresi Berganda.....	138

^BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wujud dari perubahan sektor ekonomi salah satunya yaitu semakin berkembangnya pasar modern yang mulai merambah dan menjadi pesaing pasar tradisional yang sejak dulu sudah lama menjalankan kegiatan ekonominya.

Pasar tradisional kebanyakan memiliki lokasi yang terkesan kumuh, kotor, becek dan kondisinya berantakan. Produk yang ditawarkan juga dari segi kemasan produknya yang belum begitu menarik, standar penyajian produk yang kurang bervariasi.

Harga yang ada pada pasar tradisional juga tidak sepenuhnya diterima oleh masyarakat, harga yang murah saja tidak selalu menjadi daya tarik masyarakat sebagai konsumen yang terus mengalami perubahan gaya hidup. Masyarakat saat ini yang sudah semakin modern dengan gaya hidup yang semakin lama semakin konsumtif menuntut untuk dapat meningkatkan minat belinya memperoleh suatu produk.

Salah satu pasar tradisional di kota Wonosari adalah pasar Argosari Wonosari. Berikut beberapa keluhan dari konsumen pedagang dan pengunjung di pasar Argosari Wonosari pada tabel dibawah ini :

Keluhan konsumen, pedagang dan pengunjung
di Pasar Argosari Wonosari

No	Keluhan Konsumen, Pedagang dan Pengunjung
1	Sugiyono-konsumen (“Apa yang dijual di toko modern, sama persis dengan dijual oleh pedagang di pasar. Kondisi ini membuat pembeli lebih memilih membeli di toko modern karena lebih mudah aksesnya”)
2	Maya-konsumen (mengaku sengaja mengurangi membeli daging. Biasanya dirinya membeli daging 1 kg, namun kali ini memilih membeli setengah. Ia mengunggu janji pemerintah untuk menurunkan harga menjadi Rp 80 ribu."Kemungkinan masih terus naik, saya berharap pemerintah untuk segera mengatasi permasalahan harga tidak hanya daging namun kebutuhan lainnya," katanya.)
3	Elis-konsumen (Dirinya berharap, naiknya harga bahan pokok ini tidak berlangsung lama. “Semoga bisa segera stabil, jadi tidak menjadi permasalahan lagi,” harap warga Desa Piyaman, Kecamatan Wonosari ini.)
4	Yuni-pedagang (“Harga ini terus meningkat sejak beberapa hari terakhir,” kata Yuni. Yuni mengatakan pihaknya memprediksi kenaikan tersebut dikarenakan sulitnya mendapatkan stok sayuran di tingkat petani. Akibat meningkatnya sejumlah harga, dirinya mengaku mengalami penurunan jumlah pembeli sebanyak 15%.

	Sebab banyak pembeli yang lebih memilih untuk menghemat pembelanjaan mereka.)
4	Tri-pedagang (mengatakan sejak mengalami kenaikan, pihaknya mengalami penurunan pembeli. Konsumen memilih untuk tidak membeli dalam jumlah banyak. Sekarang sehari hanya mampu jual 5-6 kilogram terlebih belakangan ini sepi sekali.)
5	Karni-pedagang(mengakui luas tempat berjualan menjadi lebih sempit dibanding sebelum pasar dibangun. “tapi juga lebih sepi, terutama dagangan di luar, kalau disini (dibagian dalam) biasa saja, tapi kalau diluar terlihat sekali perbedaannya,”paparnya).
6	Yuli-pedagang (“Sejak rehab lantai dua pasar argosari di kios depan dalam kondisi sepi. Beberapa bulan memang sempat terdapat pedagang yang menyewa kios-kios itu, tetapi tidak berlangsung lama. Karena pedagang mengalami kebangkrutan dengan kondisi sepi sehingga tak ada transaksi jual beli”)
7	Yani-pedagang (mengakui kalau bau busuk yang ditimbulkan dari bak penampungan sampah membuatnya tidak nyaman berjualan. Apalagi saat sampah-sampah dimasukkan ke dalam truk, bau busuk yang ditimbulkan sangat menyengat. “Baunya membuat pembeli tidak nyaman. Apalagi saat diangkut ke truk, baunya sangat menyengat,”katanya).

8	Immawan-wakil bupati GK (“Atur ulang pengambilannya (sampah) yang sehari sekali menjadi dua kali sehari. Jangan sampai baunya seperti hari ini yang tidak karu-karuan,” katanya saat meninjau bak penampungan sampah di Pasar Argosari.)
---	--

Sumber :Data diolah (Tribunjogya.com, Harianjogya.com,Sorotjogja.com,Jogja.antaranews.com-21/04/16)

Pasar modern saat ini semakin memperbaiki kualitasnya baik dari aspek lokasi yang tampilannya diperbaiki mengikuti perkembangan saat ini.Keberagaman produk yang lebih bervariasi jenisnya serta kemasan produk yang tampilannya sudah jauh lebih bagus dari pada di pasar tradisional yang masih sederhana.

Harga di pasar modern yang pada umumnya sudah ditetapkan tanpa penawaran sehingga keuntungan relatif lebih baik dari pada pasar tradisional yang harganya berubah-ubah dengan sistem penawarannya. Harga yang tidak konsisten, terkadang murah dalam penawaran namun kadang juga hampir sama dengan toko, sehingga tergantung pandai-pandainya konsumen dalam menawar. Kondisi semacam itu membuat harga menjadi kurang bersaing dibandingkan pasar modern.

Harga yang diberikan di pasar tradisional juga hampir tidak jauh beda dengan toko dan pasar modern diluar pasar meskipun masih bisa ditawarkan oleh konsumen. Harga bisa berubah sewaktu-waktu sehingga konsumen juga berfikir dua kali dalam memperkuat minat belinya pada pasar tradisional Argosari Wonosari. Pasar tradisional yang seolah masih mempertahankan kondisi sederhananya. Pasar tradisional yang rata-rata

menampilkan kondisi lingkungan yang kurang bersih. Produk yang sebagian tidak diberi kemasan serta kebersihan yang kurang diperhatikan sehingga kurang higienis.

Kondisi pasar tradisional yang demikian membuat pasar tradisional mulai tersaingi oleh pasar modern yang selalu melakukan peningkatan potensi yang dimilikinya. Konsumen saat ini semakin pandai dan menjadi lebih pemilih dalam beberapa aspek yang mendukung minat beli mereka, lokasi, keberagaman produk, dan harga turut berperan dalam kategori penilaian yang mendukung minat beli pada suatu produk yang mereka inginkan.

Pasar menurut Assauri (2010) dalam jurnal Fure, Hendra (2013) : Pada mulanya istilah pasar dikaitkan dengan pengertian tempat pembeli dan penjual bersama-sama melakukan pertukaran. Pasar Argosari Wonosari merupakan salah satu pasar yang ada di kota Wonosari yang masih mempertahankan keadaan alami pasar tradisional dengan sudut-sudut lokasi masih becek dengan kios-kios yang kurang teratur. Penataan ruang yang kurang rapi membuat keberagaman produk yang ditampilkan juga kurang menarik.

Produk makanan tradisional misalnya, dari beragam produk yang ditawarkan, tampilan kemasannya yang kurang rapi, kebersihan penyajian makanan yang ditampilkan penjual tidak begitu menjadi hal yang sangat diperhatikan. Konsumen juga dapat mempertimbangkan segala aspek tersebut dalam memilih dan menentukan minat beli pada produk yang

diinginkan. Minat pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael, 2001).

Keberagaman produk yang didukung tampilan, lokasi dan suasana pasar yang semrawut/tidak beraturan juga mempengaruhi minat beli konsumen. Kasi Pendapatan Kantor Pengelolaan Pasar Gunungkidul, Bagda Sumpena S.E. juga mengungkapkan : “jangan pindah, berputar arah posisi berdagang saja susah”. Selain itu dirinya memohon dengan sangat agar perilaku bersih benar-benar diperhatikan, mengingat hal tersebut dampak positifnya akan kembali ke pedagang lagi. “Jadi jangan mentang-mentang sudah bayar uang kebersihan, lalu membuang sampah seenaknya. Tempat sampah sudah disediakan, atau kalau tidak dimasukkan ke plastik dahulu baru di buang,”. Menurutnya persaingan pasar tradisional dengan pasar/toko modern untuk memikat pembeli semakin sengit. Higienitas, kerapian, penataan yang baik toko modern bukan hal mustahil menjadikan pembeli berpindah. “Jadi, tolong kerjasamanya yang baik, serta perilaku negatif membuang sampah sembarangan dihilangkan,”pinta Bagda.(<http://kabarhandayani.com>).

Lokasi di pasar Argosari terkesan penuh ketika kendaraan pengunjung pasar tradisional Argosari Wonosari memadati halaman depan maupun samping gedung pasar. Aroma pasar yang tidak sedap juga sangat membuat konsumen kurang nyaman. Pasar modern mulai memasuki

kawasan kota, toko-toko begitu padat membuat persaingan semakin ketat, itu juga menjadikan masyarakat sebagai konsumen kembali mempertimbangkan minat belinya pada pasar Argosari Wonosari.

Berbagai permasalahan muncul dari kondisi pasar Argosari Wonosari tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Hendra Fure (2013) dengan judul Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca menunjukkan bahwa lokasi , keberagaman produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca.

Berdasarkan berbagai permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul lokasi, harga dan keberagaman produk pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Argosari Wonosari.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut ;

1. Berdirinya toko-toko dan pasar modern disekitar kawasan berdirinya pasar tradisional Argosari Wonosari membuat persaingan semakin ketat dalam memperebutkan minat beli konsumen.

2. Tata letak/*layout* pasar yang kurang beraturan serta kondisi yang kurang bersih masih menjadi masalah di pasar tradisional Argosari Wonosari.
3. Lokasi yang terkesan kumuh, banyak sampah dan aroma tempat yang tidak sedap menimbulkan beberapa masyarakat sebagai konsumen pasar Argosari Wonosari kembali mempertimbangkan minat belinya di pasar Argosari Wonosari..
4. Produk yang beragam namun dari segi kelayakan seperti aspek tampilan, serta kebersihan penyajian didukung lokasi yang berantakan dan kurang diperhatikan di pasar tradisional Argosari Wonosari membuat beberapa konsumen dapat membandingkan dengan pasar modern di dekat pasar Argosari dalam menetapkan minat belinya pada produk yang diinginkan.
5. Harga yang diterapkan pasar hampir sama dengan yang ada ditoko-toko kecil dan pasar modern sebagai pesaing membuat persaingan harga relatif menjadi pertimbangan minat beli konsumen.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi pada aspek yang mempengaruhi minat beli pada pasar tradisional Argosari Wonosari. Aspek tersebut meliputi lokasi, harga dan keberagaman produk. Pemilihan ketiga aspek tersebut di nilai penting dan perlu diteliti untuk dapat mengetahui minat beli konsumen pada pasar tradisional Argosari Wonosari.

D. Rumusan Masalah

Penelitian yang baik ditentukan dari perumusan masalah yang tepat agar masalah dapat diketahui dan diberikan solusi. Penelitian ini dilakukan dengan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh lokasi, harga dan keberagaman produk terhadap minat beli pada pasar tradisional Argosari Wonosari.
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat beli pada pasar tradisional Argosari Wonosari.
3. Bagaimana pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli pada pasar tradisional Argosari Wonosari.
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli pada pasar tradisional Argosari Wonosari.

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh lokasi, harga dan keberagaman produk terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari
2. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari
3. Mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari.

4. Mengetahui pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta kajian mengenai faktor yang paling mempengaruhi minat beli khususnya pada konsumen pasar tradisional di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Memberikan alternatif penelitian lain dibidang manajemen yang khususnya berkaitan dengan lokasi, harga dan keberagaman produk yang berpengaruh pada minat beli. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa lain maupun seluruh kalangan yang membutuhkan referensi pada bidang penelitian ini.

b) Bagi Pengelola Usaha

Penelitian ini diharap dapat bermanfaat bagi para pengelola usaha dan beberapa pihak seperti pengelola pasar tradisional Argosari Wonosari untuk dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan yang diteliti dalam penelitian ini.

c) Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bacaan yang menambah wawasan dan informasi serta dapat menambah koleksi dokumentasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Pasar

Pasar terdiri atas semua konsumen/pelanggan yang memiliki kebutuhan atau minat beli tertentu yang mungkin bersedia untuk melibatkan diri dan melakukan proses pertukaran sehingga mereka dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Pasar menurut (Stanton, et al., 1994) dalam (Tjiptono : 2001) bahwa istilah pasar mengandung pengertian yang beraneka-ragam. Ada yang mendefinisikannya sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual, dan terjadinya perpindahan kepemilikan.

2. Lokasi

Swastha (2000) mendefinisikan Lokasi adalah letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Lokasi adalah tempat toko yang paling menguntungkan yang dapat dilihat dari jumlah rata-rata khalayak yang melewati toko itu setiap harinya, persentasi khalayak yang mampir ke toko. Persentasi mampir dan kemudian membeli serta nilai pembelian per penjualan (Kotler : 1997). Indikator lokasi menurut Fure (2013) yaitu :

- a) Ketersediaan lahan parkir.
- b) Memiliki tempat yang cukup luas.
- c) Lokasi pasar dilalui banyak alat transportasi
- d) Lokasi yang strategis.

Tjiptono (2006), pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- a) Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c) Lalu lintas, yaitu menyangkut dua pertimbangan utama, yaitu: Banyak orang yang berlalu lalang, Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan.
- d) Tempat parkir yang luas, yaitu menyangkut kenyamanan dan keamanan.
- e) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.

Tjiptono (2002) menjelaskan :Bahwa di dalam pemilihan lokasi diperlukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat meliputi kemudahan (*Akses*) atau kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum, (*Visibilitas*) yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, lokasi berada pada lalu lintas (*Traffic*) atau berada pada daerah yang

banyak orang berlalu lalang yang dapat memberikan peluang terjadinya *impulse buying*, lingkungan sekitar mendukung barang dan jasa yang di tawar kadang jauh dari lokasi pesaing.

Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan (Kotler : 1997). Manullang (1991) menjelaskan : Dalam pemilihan lokasi usaha perlu mempertimbangkan faktor lingkungan masyarakat, kedekatan dengan pasar atau konsumen, kedekatan dengan tenaga kerja, kedekatan dengan suplier, dan kedekatan dengan fasilitas transportasi umum.

3. Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha : 2002). Harga adalah jumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual (Lewis : 1997).

Tjiptono (2001) mengemukakan :

Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.

- a) Peranan alokasi harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau *utilitas* tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.
- b) Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam ‘mendidik’ konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi di mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara obyektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi. (Tjiptono 2001).

Menurut Swastha dan Irawan (2001) menyatakan, harga adalah jumlah yang (ditambahkan beberapa produk jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Tujuan penetapan harga menurut Swastha dan Irawan (2001) adalah

- a) Meningkatkan penjualan.
- b) Mempertahankan dan memperbaiki *market share*.
- c) Stabilitas harga.
- d) Mencatat harga pengembalian investasi.
- e) Mencapai laba maksimum.

Fure (2013) mengemukakan mengenai indikator harga, meliputi :

- a) Harga yang sesuai dengan manfaat.
- b) Persepsi harga dan manfaat.
- c) Harga barang terjangkau.
- d) Persaingan harga.
- e) Kesesuaian antara harga dengan kualitasnya.

Kotler (2007) : harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga yang dapat mempengaruhi minat beli menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009), minat beli konsumen akan dipengaruhi oleh faktor-faktor dari harga yaitu :

- a) Konsumen membandingkan harga suatu produk dengan harga pesaingnya. Harga-harga pesaing akan

mempengaruhi tingkat permintaan terhadap produk yang ditawarkan sehingga harga pesaing harus turut dipertimbangkan dalam proses penetapan harga.

- b) Konsumen mengharapkan harga produk yang sesuai dengan kuantitas, cita rasa, dan kualitas serta penampilan yang ditawarkan.
- c) Minat beli konsumen dapat juga dipengaruhi oleh harga yang fleksibel (*flexibility price*). *Flexibility price* adalah harga yang sesuai dengan kuantitas dan jenis produk yang dibeli.

Faktor lainnya yang memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja. Menurut Swastha (2003): Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses penentuan dimana seorang akan berbelanja.

Penetapan harga itu sendiri cukup kompleks dan sulit. Harga, nilai, dan faedah (*utility*) merupakan konsep-konsep yang sangat berkaitan. *Utility* adalah atribut suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan *nilai* adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk menarik barang lain dalam pertukaran.

Sedangkan Menurut Mc.Carthy indikator harga diketahui sebagai berikut :

- a) Tingkat harga
- b) Potongan harga
- c) Waktu pembayaran
- d) Syarat pembayaran (Swastha : 2000)

Menurut Kotler (2000) penetapan harga mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a) Memperoleh laba yang maksimum.
- b) Mendapatkan pangsa pasar tertentu.
- c) Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu.
- d) Mencapai keuntungan yang ditargetkan.
- e) Mempromosikan produk.

4. Keberagaman Produk

Menurut Philip Kotler (2002) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Pengertian lain mengenai keragaman produk menurut James F. Engels yaitu keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko (Engels,1995) dalam Oetomo (2010).

Remias dan Lukman (2005) dalam Fure (2013) : *Product is a set of tangible and intangible attributes, including packaging, color, price, manufacturer's prestige, retailer's prestige, and retailer's*. Tjiptono (2005) menyatakan bahwa keputusan tentang penempatan produk berkaitan dengan ketersediaan produk/keragaman produk dengan jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat.

Fure (2013) mengemukakan indikator produk yaitu :

- a) Pasar tradisional yang terlengkap dikota.
- b) Memenuhi kebutuhan sehari-hari.
- c) Mutu produk yang dijual berkualitas.
- d) Produk-produk yang selalu tersedia di pasar.
- e) Produk yang memiliki daya tahan yang cukup lama.

5. Minat Beli

Fure (2013) mengungkapkan indikator minat beli, antara lain:

- a) Ketertarikan terhadap produk-produk yang ditawarkan.
- b) Ketersediaan produk dan kemudahan dalam membeli.
- c) Situasi pembelian yang menyenangkan.
- d) Terpenuhinya kebutuhan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membelibarang atau jasa maka hal itu akan

memperkuat minat membeli, kegagalan biasanya menghilangkan minat, Swastha dan Irawan (2001).

Kinnear dan Tailor (1995) Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli (*willingness to buy*) dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pembeli bermaksud untuk membeli produk (Doods, Monroe dan Grewall : 1991)

Mittal (1999) mengemukakan fungsi dari minat konsumen merupakan fungsi dari mutu produk dan mutu pelayanan. Salah satu indikator bahwa suatu produk sukses atau tidak di pasar adalah seberapa jauh tumbuhnya minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Ferdinand (2000) menyatakan bahwa minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

- d) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Fure (2013) mengemukakan indikator yang dapat mengukur minat beli, yaitu :

- a) Ketertarikan terhadap produk-produk yang ditawarkan.
- b) Ketersediaan produk dan kemudahan dalam membeli.
- c) Situasi pembelian yang menyenangkan.
- d) Terpenuhinya kebutuhan.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian tentang lokasi, harga dan keberagaman produk terhadap minat beli sudah ada yang melakukan penelitian dan beberapa variabelnya telah dilakukan penelitian oleh beberapa peneliti. Penelitian-penelitian tersebut terdapat dalam tabel dibawah ini:

- 1 Hendra Fure (2013). Lokasi, keberagaman produk, harga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :

- Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. Dibuktikan dengan hasil nilai t

hitung lebih besar dari t tabel ($3,177 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $t < 5\%$ ($0,0002 < 0,05$).

- Harga berpengaruh positif terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. Dibuktikan dengan hasil penelitian nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,029 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$).
 - Keberagaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli pada pasar Tradisional Bersehati Calaca. Dibuktikan dengan hasil penelitian nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,143 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $t < 5\%$ ($0,035 < 0,05$). Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca. Dibuktikan dengan hasil penelitian nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,135 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $t < 5\%$ ($0,035 < 0,05$).
2. Rahadian Ali Oetomo (2012). Analisis pengaruh keragaman menu, persepsi harga dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen (Studi pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

- Keragaman menu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat beli ulang. Hasil pengujian pengaruh

keragaman menu terhadap minat beli ulang menunjukkan nilai t hitung = 3,252 dengan signifikansi 0,002. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05.

- Persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil pengujian pengaruh harga terhadap minat beli ulang menunjukkan nilai t hitung = 3,392 dengan signifikansi 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05.
 - Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil pengujian pengaruh Lokasi terhadap Minat beli ulang menunjukkan nilai t hitung = 2,754 dengan signifikansi 0,007. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05.
3. Hetty Sri Wardani (2015). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

- Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang. Hasil perhitungan yang didapatkan nilai t hitung sebesar 2,525 dan nilai t tabel adalah 1,673 dengan nilai signifikan 0,015.

- Harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung sebesar -0,368 dan nilai t tabel adalah 1,673 dengan nilai signifikan $0,714 > 0,05$.
4. Theresia Esti Mardhikasari (2014). Pengaruh *store atmosphere*, lokasi toko, dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen Mirota Kampus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

- *Store atmosphere* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai t-hitung sebesar 4,988 > nilai t-tabel 1,973 dan tingkat signifikansinya 0,000.
- Lokasi toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai t-hitung sebesar 5,216 > nilai t-tabel 1,973 dan tingkat signifikansinya 0,000.
- Keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai t-hitung sebesar 3,217 > nilai t-tabel 1,973 dan tingkat signifikansinya 0,002.

5. Kerangka Berfikir

1. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli

Lokasi menjadi pertimbangan ketika keberadaannya sesuai dengan harapan konsumen yang turut andil dalam

keputusannya membeli pada tempat yang menurut mereka cocok. Lokasi yang diatur dengan strategi baik dapat memaksimalkan keuntungan bagi suatu tempat seperti pasar tradisional atau perusahaan seperti menurut Heizer (2006) tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan. Perusahaan sebaiknya perlu secara matang mempertimbangkan pemilihan lokasi usaha untuk pengembangan di masa depan. (Kotler :2005).

Penelitian Oetomo (2012) mengenai Analisis pengaruh keragaman menu, persepsi harga dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen (Studi pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang). Penelitian tersebut memiliki persamaan dari segi variabel (lokasi dan minat beli) dengan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang.

2. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli

Harga yang pas sesuai dengan daya beli masyarakat mempengaruhi keinginan pembelian akan suatu produk yang memang diinginkan oleh konsumen. (Dinawan :2010) menjadikan harga sebagai suatu indikator berupa besar pengorbanan yang diperlukan untuk membeli suatu produk sekaligus dijadikan sebagai suatu indikator *level of quality*.

Harga adalah jumlah yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Kotler dan Amstrong (1997).

Penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2015) mengenai Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dari segi variabel (Harga dan Minat Beli). Hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli khususnya pada responden Jaizah Boutique Tlogosari Semarang.

3. Pengaruh Keberagaman Produk terhadap Minat Beli

Produk yang beragam akan mempengaruhi minat konsumen karena produk yang bervariasi akan memberikan persepsi yang lebih lengkap dan menarik bagi konsumen yang akan memutuskan membeli produk yang mereka inginkan. Produk dalam istilah pemasaran (*marketing*) adalah bentuk fisik barang yang ditawarkan dengan seperangkat citra (*image*) dan jasa (*service*) yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. (Kismono : 2001).

Penelitian yang dilakukan oleh Mardhikasari (2014) yang berjudul *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Toko, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Kampus* yang melakukan studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi UNY. Penelitian tersebut memiliki persamaan dalam segi (variabel keberagaman produk dan minat beli) dan dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keberagaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

4. Pengaruh Lokasi, Harga, dan Keberagaman Produk secara bersama-sama terhadap Minat beli

Lokasi memiliki kaitan erat dengan minat beli karena lokasi mencerminkan kondisi riil yang dapat mempengaruhi apakah konsumen bersedia membeli disuatu tempat / lokasi tersebut. Kondisi seperti akses yang mudah terhadap lokasi yang akan dituju, lokasi yang memiliki parkir luas dan tempat yang nyaman kini semakin dicari oleh konsumen dalam kebutuhannya membeli barang-barang yang mereka inginkan.

Harga juga memiliki peran dalam mempengaruhi minat beli konsumen, harga yang mahal atau murah kini menjadi pertimbangan yang sangat diperlukan mengingat kondisi perekonomian seseorang berlainan. Harga adalah jumlah

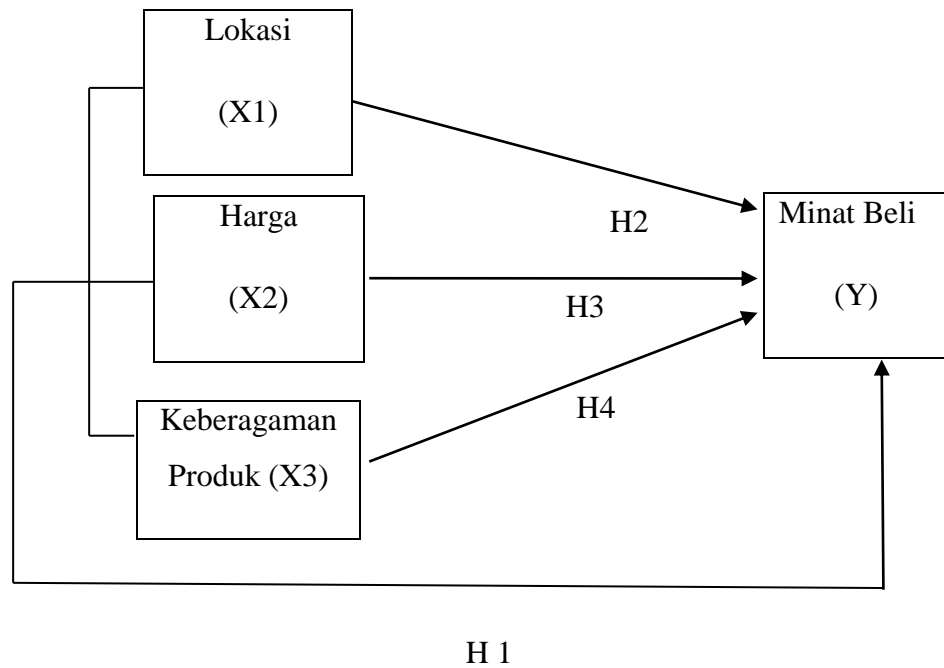
uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual (Lewis : 1997).

Keberagaman produk mempengaruhi konsumen dalam memilih produk apa yang akan mereka beli, produk yang beragam dapat meningkatkan kemauan konsumen dalam membeli. Jenis dan ragam dapat membangkitkan semangat konsumen dalam memilih produk yang paling mereka inginkan dan memilih kualitas yang terbaik menurut konsumen. Produk dalam istilah pemasaran (*marketing*) adalah bentuk fisik barang yang di tawarkan dengan seperangkat citra (*image*) dan jasa (*service*) yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kismono (2001).

Penelitian Fure (2013) mengenai lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca memiliki persamaan dari segi variabel (lokasi, harga, keberagaman produk dan minat beli). Hasil uji hipotesis dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa lokasi, harga, dan keberagaman produk berpengaruh terhadap minat beli khususnya pada responden pasar Bersehati Calaca.

6. Paradigma Penelitian

Pengaruh lokasi, harga, dan keberagaman produk terhadap minat beli secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma Penelitian

7. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berfikir yang telah disampaikan, maka hipotesis penelitian ini yaitu :

1. Lokasi, harga dan keberagaman produk diduga berpengaruh positif terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari. (H1)
2. Lokasi (X2) diduga berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari. (H2)

3. Harga (X3) diduga berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari. (H3)
4. Keberagaman produk (X4) diduga berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari. (H4)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah penelitian survei dengan menggunakan metode penelitian asosiatif yang bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel atau lebih dalam penelitian. (Sugiyono : 2005) dalam memberikan definisi bahwa penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pasar Argosari yang beralamat di Jalan Brigjen Katamso, Wonosari, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55813. Waktu pelaksanaan penelitian pada bulan Mei 2016.

C. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian dan penulisan ini penulis menggunakan beberapa variabel yang dapat didefinisikan secara operasional dan memberikan petunjuk dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Variabel Lokasi (X1)

Berman & Evans dalam Ma'ruf (2006) menyatakan bahwa lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategi pada sebuah gerai atau toko akan sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis. Indikator

lokasi : Ketersediaan lahan parkir, lokasi yang strategis, memiliki tempat yang cukup luas, alat transportasi yang mudah dijangkau, lokasi pasar Argosari dilalui banyak alat transportasi. Fure (2013).

2. Variabel Harga (X2)

Harga merupakan sejumlah nilai yang digunakan untuk membeli suatu produk baik barang maupun jasa. Harga menurut Kotler & Armstrong : 2001) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk produk atau jasa, lebih jauh lagi harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Indikator harga : Harga yang sesuai dengan manfaat, persepsi harga dan manfaat, harga barang terjangkau, persaingan harga, kesesuaian antara harga dengan kualitasnya. Fure (2013).

3. Variabel Keberagaman Produk (X3)

Keberagaman produk adalah ketersediaan produk/keberagaman produk dengan jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat (Tjiptono : 2005). Indikator keberagaman produk: Pasar tradisional yang terlengkap di kota Wonosari, memenuhi kebutuhan sehari-hari, mutu produk yang dijual berkualitas, produk-produk yang selalu tersedia di pasar, produk yang memiliki daya tahan yang cukup lama. Fure (2013).

4. Variabel Minat Beli (Y)

Minat beli muncul ketika indikator penilaian konsumen terhadap suatu barang yang diinginkan sesuai. Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Kinnear dan Taylor :1995). Indikator minat beli : ketertarikan terhadap produk-produk yang ditawarkan, kesediaan produk dan kemudahan dalam membeli, situasi pembelian yang menyenangkan, terpenuhinya kebutuhan. Fure (2013).

D. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Populasi

Populasi memiliki pengertian sebagai seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan (Wijaya : 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang ada di pasar tradisional Argosari Wonosari.

2. Sampel

Sampel akan diperoleh dari konsumen yang telah berkunjung dan melakukan pembelian minimal 2 kali pembelian di Pasar tradisional Argosari Wonosari. Konsumen yang telah melakukan pembelian minimal 2 kali pembelian dianggap lebih mengerti

dengan baik bagaimana lokasi, harga dan keberagaman produk yang mempengaruhi minat belinya pada pasar Argosari Wonosari.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendapat dari Hair (1995) yang menemukan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100 sampai 200. Juga dijelaskan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap *estimated parameter* dan maksimal adalah 10 observasi dari setiap *estimated parameter*. Dalam penelitian ini, jumlah jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 orang, karena dianggap sudah mampu mewakili populasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara :

1. Observasi (Pengamatan) :

Data diperoleh dengan disesuaikan berdasarkan pengamatan langsung pada obyek yang akan diteliti dengan cara melihat, memperhatikan dan mendengar. Data yang didapatkan digunakan untuk mengungkapkan latar belakang dan mengidentifikasi masalah yang terkait dalam variabel yang diteliti.

2. Kuesioner

Memberikan pertanyaan tertulis kepada pelanggan yang berisi seputar masalah dan beberapa aspek yang akan diteliti. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini didapatkan dari hasil

penyebaran kuesioner kepada responden yang berkunjung dan akan melakukan pembelian di pasar tradisional Argosari Wonosari.

Peneliti dapat menyebarkan kuesioner kepada konsumen sambil memberikan pengarahan apabila ada hal-hal yang kurang dimengerti khususnya pada pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner terkait dengan variabel lokasi, harga, keberagaman produk dan minat beli yang dikumpulkan jawabannya untuk kemudian diolah datanya.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini berupa angket yang memuat empat variabel yaitu : lokasi, harga, keberagaman produk dan minat beli. Instrumen penelitian menurut Sugiyono (2008) merupakan suatu alat yang diamati. Kisi-kisi dari instrumen penelitian ini yaitu :

Tabel 2

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Lokasi (X1) (Fure, 2013)	1. Ketersediaan lahan parkir. 2. Lokasi yang strategis. 3. Memiliki tempat yang cukup luas, alat transportasi yang mudah dijangkau.

		4. Lokasi pasar dilalui banyak alat transportasi.
2	Harga (X2) (Fure, 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang sesuai dengan manfaat. 2. Persepsi harga dan manfaat. 3. Harga barang terjangkau. 4. Persaingan harga. 5. Kesesuaian antara harga dengan kualitasnya.
3	Keberagaman Produk (X3) (Fure, 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar tradisional yang terlengkap di kota. 2. Memenuhi kebutuhan sehari-hari. 3. Mutu produk yang dijual berkualitas. 4. Produk-produk yang selalu tersedia di pasar. 5. Produk yang memiliki daya tahan yang cukup lama.
4	Minat Beli (Y) (Fure, 2013)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan terhadap produk-produk yang ditawarkan. 2. Ketersediaan produk dan kemudahan dalam membeli.

		<p>3. Situasi pembelian yang menyenangkan.</p> <p>4. Terpenuhinya kebutuhan.</p>
--	--	--

Seluruh variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala *likert*. Kuncoro (2003): *Likert Scale*, dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai perilaku, objek, orang, atau kejadian. Biasanya skala yang diajukan terdiri atas 5 atau 7 titik. Skala-skala ini nantinya dijumlahkan untuk mendapatkan gambaran mengenai perilaku. Skala ini dapat dilihat dengan indikator :

- a. Sangat setuju = bobot 5
- b. Setuju = bobot 4
- c. Cukup setuju = bobot 3
- d. Tidak setuju = bobot 2
- e. Sangat Tidak setuju = bobot 1

G. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan cara mengkorelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Apabila korelasi tersebut

signifikan itu berarti alat ukur yang digunakan memiliki validitas.
(Wijaya : 2013)

Suharsini Arikunto (2010) Uji Validitas ini digunakan untuk mengetahui kevaliditasan suatu instrument. Instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan apa yang seharusnya diukur. Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2011). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Alat uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Untuk memudahkan dalam melakukan uji validitas, maka digunakan analisis faktor yang ada pada *software SPSS for windows*20. Kliteria pada uji validitas menurut Ghozali (2011), suatu instrumen dikatakan valid apabila hasil dari uji *Kaieser-Meyer-Oklin Measure of Sampling Adequancy* (KMO MSA) menunjukkan nilai *factor loading* lebih dari 0,50 dan tidak mengukur konstruk lain.

Hasil *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) dan uji validitas dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.KMO and Bartlett's Test Tahap 1

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,546
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4299,009
	df	1431
	Sig.	,000

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) lebih besar dari 0,50 yaitu sebesar 0,546, ini menunjukkan bahwa data yang ada layak untuk dilakukan faktor analisis, sedangkan pada hasil uji *Bartlett's Test of Sphericity* diperoleh taraf signifikansi 0,000, yang artinya bahwa antar variabel terjadi korelasi (signifikansi<0,05), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut karena telah memenuhi kriteria.

Selanjutnya di bawah ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada masing-masing variabel mengelompok menjadi satu, dengan nilai *loading factor* di atas dan di bawah 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur satu konstruk yang sama dan dapat memprediksi apa yang seharusnya diprediksi.

Tabel 4. Rotated Component Matrix Tahap 1

Rotated Component Matrix				
	Component			
	1	2	3	4
Lokasi1				,717
Lokasi2				,796
Lokasi3				,752
Lokasi4				,789
Lokasi5				,721
Lokasi6				,683
Lokasi7				,818
Lokasi8				,732
Lokasi9				,737
Lokasi10				,681
Lokasi11				,392
Lokasi12				,557
Harga1			,632	
Harga2			,534	
Harga3			,317	
Harga4			,606	
Harga5			,628	
Harga6			,834	
Harga7			,750	
Harga8			,631	
Harga9			,773	
Harga10			,792	
Harga11			,744	
Harga12			,612	
Harga13			,726	
Harga14			,697	
Harga15			,444	
Produk1		,675		
Produk2		,636		
Produk3		,698		
Produk4		,627		
Produk5		,773		
Produk6		,750		
Produk7		,454		
Produk8		,746		
Produk9		,775		
Produk10		,783		
Produk11		,765		
Produk12		,789		
Produk13		,621		
Produk14		,607		
Produk15		,632		
Minat1	,843			
Minat2	,864			
Minat3	,811			
Minat4	,836			
Minat5	,792			
Minat6	,853			
Minat7	,863			
Minat8	,856			
Minat9	,829			
Minat10	,782			
Minat11	,769			
Minat12	,396			

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa meskipun semua item telah mengelompok sesuai dengan indikatornya, akan tetapi berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa tidak semua item pernyataan dinyatakan valid. Item Lokasi11, Harga 3, Harga 15; Produk 7, Minat 12 dinyatakan gugur karena memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,50.

Oleh karena uji CFA pada tahap 1 ada butir pertanyaan yang gugur, maka perlu dilakukan uji CFA tahap 2. Hasil *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) dan uji validitas dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) tahap 2 ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 5. KMO and Bartlett's Test Tahap 2

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,649
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3937,155
	df	1176
	Sig.	,000

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) lebih besar dari 0,50 yaitu sebesar 0,649; ini menunjukkan bahwa data yang ada layak untuk dilakukan faktor analisis, sedangkan pada hasil uji *Bartlett's Test of Sphericity* diperoleh taraf signifikansi 0,000, yang artinya bahwa antar variabel terjadi korelasi (signifikansi<0,05), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

semua variabel yang ada dapat dianalisis lebih lanjut karena telah memenuhi kriteria.

Selanjutnya pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada masing-masing variabel mengelompok menjadi satu, dengan nilai *loading factor* di atas 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur satu konstruk yang sama dan dapat memprediksi apa yang seharusnya diprediksi.

Tabel 6. Rotated Component Matrix Tahap 2

Rotated Component Matrix				
	Component			
	1	2	3	4
Lokasi1				,723
Lokasi2				,800
Lokasi3				,762
Lokasi4				,799
Lokasi5				,735
Lokasi6				,663
Lokasi7				,823
Lokasi8				,729
Lokasi9				,731
Lokasi10				,682
Lokasi12				,553
Harga1			,634	
Harga2			,532	
Harga4			,591	
Harga5			,616	
Harga6			,845	
Harga7			,754	
Harga8			,630	
Harga9			,781	
Harga10			,799	
Harga11			,746	
Harga12			,615	
Harga13			,729	
Harga14			,692	
Produk1		,675		
Produk2		,640		
Produk3		,698		
Produk4		,637		
Produk5		,777		
Produk6		,756		
Produk8		,737		
Produk9		,771		
Produk10		,782		
Produk11		,772		
Produk12		,785		
Produk13		,627		
Produk14		,611		
Produk15		,642		
Minat1	,849			
Minat2	,871			
Minat3	,809			
Minat4	,836			
Minat5	,798			
Minat6	,852			
Minat7	,870			
Minat8	,851			
Minat9	,823			
Minat10	,784			
Minat11	,758			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Berdasarkan hasil uji CFA tahap 2 diketahui bahwa semua item telah mengelompok sesuai dengan indikatornya dan berdasarkan hasil di atas diketahui semua item pernyataan dinyatakan valid dengan nilai *loading factor* di atas 0,50.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan proses pengukuran yang menunjukkan suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subyek yang sama, Ukuran reliabilitas biasanya menggunakan koefisien Alpha atau metode *Cronbach Alpha*. (Wijaya :2013).

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali :2011). Suatu koesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. (Ghozali : 2011). Data analisis menggunakan teknik koefisien Cronbach Alpha dengan menggunakan *software SPSS for windows 20*. Dengan kliteria pengujian sebagai berikut:

Jika nilai cronbach alpha > 0,60 maka reliabel,

Jika nilai cronbach alpha < 0,60 maka tidak reliabel (Ghozali, 2011)

Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Batas Norma	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Lokasi	>0,60	0,915	Reliabel
Harga	>0,60	0,910	Reliabel
Kebragaman Produk	>0,60	0,925	Reliabel
Minat beli	>0,60	0,957	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari tiga variabel yang diteliti adalah reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

H. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data dalam penelitian ini, yaitu :

1. Analisis Deskriptif

Sugiyono (2008) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku secara umum. Terdapat tiga hal yang disajikan dalam analisis deskriptif yang meliputi :

- a. Analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari usia, pendidikan, dan penghasilan.

- b. Data ini kemudian diolah menggunakan analisis deskripsi statistik sehingga diperoleh nilai maksimal, nilai mean (Me), dan Standar Deviasi (SD).
- c. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini penyusun akan menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan pada jawaban responden yang dihimpun berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung. Adapun berdasarkan kriteria yang dipakai pada kategori jawaban responden, maka untuk lebih memudahkan digunakan 3 kategori yaitu: tinggi, sedang dan rendah. Cara pengkategorian data berdasarkan rumus dari Azwar (2009) adalah sebagai berikut :

- 1) Tinggi : $X \geq M + SD$

- 2) Sedang : $M - SD \leq X < M + SD$

- 3) Rendah : $X < M - SD$

2. Analisis Uji Prasyarat

a. Uji Asumsi Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinearitas menurut (Ghozali : 2011) adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Identifikasi secara statistik untuk menunjukkan ada tidaknya gejala multikolinieritas dapat dilakukan dengan

melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai VIF dapat dihitung dengan rumus :

$$VIF = \frac{1}{(1-R_j^2)}$$

Sumber : Ghozali, 2011)

Indikasi adanya multikolinieritas yaitu apabila VIF lebih dari 10. Sebaliknya apabila nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Asumsi Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. (Fure :2013).

Ghozali (2011) : Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka menunjukkan telah terjadi heteroskedastisitas, apabila tetap maka menunjukkan terjadinya homokedastisitas.

Model regresi yang baik adalah terjadinya homokedastisitas, bukan heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian menggunakan uji glejser. Uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser dilakukan dengan menggunakan bantuan *software SPSS for windows 20*.

Uji glejser dengan bantuan *software SPSS for windows 20* digunakan untuk menafsirkan hasil analisis dengan melihat angka koefisien korelasi antara variabel bebas dengan absolute residu dan signifikansinya. Apabila taraf probabilitas variabel bebas signifikannya lebih besar atau sama dengan 0,05 maka asumsi homoskedastisitas terpenuhi, tetapi jika nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05 maka asumsi homoskedastisitas tidak terpenuhi (Muhson, 2005)

c. Uji Asumsi Normalitas

Ghozali (2011) mengatakan bahwa: Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* yang dihitung menggunakan bantuan *software SPSS for windows 20*. Penggunaan *software SPSS for*

windows 20 bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak hanya dilihat pada baris *Asymp.Sig* (2-tailed). Jika nilai tersebut kurang dari taraf signifikansi yang ditentukan misalnya 5% maka data tersebut tidak berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai *Asymp.Sig* lebih dari atau sama dengan 5% maka data berdistribusi normal (Muhson, 2005).

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berguna untuk menguji pengaruh variabel independen yang lebih dari satu terhadap variabel dependen. Untuk dapat mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dan dependen, persamaan untuk regresi sederhananya adalah :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

X_1 = Lokasi

X_2 = Harga

X_3 = Keberagaman Produk

Y = Minat Beli

b_0 = Intersep

e = Faktor Pengganggu

(Fure : 2013)

4. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk dapat mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen (lokasi, harga, keberagaman produk) terhadap variabel dependen (minat beli) baik secara parsial maupun simultan.

a. Uji Simultan (F-hitung)

Uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen atau bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ artinya apakah lokasi, harga dan keberagaman produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat beli.

Hipotesis alternatifnya (H_a), tidak seluruh parameter simultan dengan nol, atau $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$ yang artinya lokasi, harga, dan keberagaman produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.

1) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi.

- a) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

- b) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

2) Dengan membandingkan t hitung dengan tabel.

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

Rumusan hipotesis untuk uji F yaitu :

- a) $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$, artinya lokasi, harga dan keberagaman produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat beli.
- b) $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$, artinya lokasi, harga dan keberagaman produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut.

1) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikansi.

- a) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

- b) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) Dengan membandingkan t hitung dengan tabel.

- a) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- b) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut :

- 1) $H_{a1} : \beta_1 \leq 0$, artinya lokasi (X_1) berpengaruh positif terhadap minat beli (Y).
- 2) $H_{a2} : \beta_2 \leq 0$, artinya variabel harga (X_2) berpengaruh positif terhadap minat beli (Y).
- 3) $H_{a3} : \beta_3 \leq 0$, artinya variabel keberagaman produk (X_3) berpengaruh positif terhadap minat beli (Y).

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Supranto (1993:206) dalam Fure (2013) menggunakan rumus untuk melihat besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, yaitu:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum Y + b_2 \sum Y}{\sum Y^2}$$

R^2 = berada antara 0 dan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$

$R^2 = 1$ berarti persentase sumbangan x_1, x_2, x_3, x_4

terhadap naik turunnya Y sebesar 100% dan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

$R^2 = 0$ berarti regresi tidak dapat digunakan untuk membuat ramalan terhadap Y .

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh lokasi, harga dan keberagaman produk terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari, (2) pengaruh lokasi terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari, (3) pengaruh harga terhadap minat beli di pasar tradisional argosari Wonosari, dan (4) pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari. Subjek dalam penelitian ini yaitu para konsumen yang ada di pasar tradisional Argosari Wonosari yang berjumlah 200 responden. Penelitian ini dilakukan di pasar Argosari yang beralamat di Jalan Brigjen Katamso, Wonosari, Kabupaten Gunungkidul. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei 2016.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi: analisis karakteristik responden, analisis statistik deskriptif yang terdiri dari: nilai maksimal, minimal, mean, dan standar deviasi, serta kategorisasi jawaban responden. Adapun pembahasan mengenai masing-masing analisis deskriptif disajikan sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

1) Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
<21 tahun	37	18,5
21-30 tahun	36	18,0
31-40 tahun	62	31,0
41-50 tahun	44	22,0
>50 tahun	21	10,5
Jumlah	200	100,0

Sumber: Data Primer 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia antara kurang dari 21 tahun sebanyak 37 orang (18,5%), responden yang berusia antara 21-30 tahun sebanyak 36 orang (18,0%), responden yang berusia antara 31-40 tahun sebanyak 62 orang (31,0%), responden yang berusia antara 41-50 tahun sebanyak 44 orang (22,0%), dan responden yang berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 21

orang (10,5%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia antara 31-40 tahun (31,0%).

2) Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	49	24,5
Perempuan	151	75,5
Jumlah	200	100,0

Sumber: Data Primer 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 49 orang (24,5%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 151 orang (75,5%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan (75,5%).

3) Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang digunakan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	27	13,5
PNS	36	18,0
Karyawan	72	36,0
Wiraswasta	48	24,0
Lain-lain	17	8,5
Jumlah	200	100,0

Sumber: Data Primer 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 27 orang (13,5%), responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 36 orang (18,0%), responden yang bekerja sebagai karyawan sebanyak 72 orang (36%), responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 48 orang (24,0%), dan responden dengan pekerjaan lainnya yang tidak tersebut di atas sebanyak 17 orang (8,5%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan pekerjaan sebagai karyawan (36,0%).

4) Pendapatan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendapatan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
< Rp500.000,00	44	22,0
Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00	54	27,0
Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00	51	25,5
Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00	32	16,0
Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00	19	9,5
Jumlah	200	100,0

Sumber: Data Primer 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan kurang dari Rp500.000 sebanyak 44 orang (22,0%), responden dengan pendapatan antara Rp500.000 s/d Rp1.000.000 sebanyak 54 orang (27,0%), responden dengan pendapatan antara Rp1.000.000 s/d Rp2.500.000 sebanyak 51 orang (25,5%), responden dengan pendapatan antara Rp2.500.000 s/d Rp5.000.000 sebanyak 32 orang (16,0%), dan responden dengan pendapatan antara Rp5.000.000 s/d Rp10.000.000 sebanyak 19 orang (9,5%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan pendapatan antara Rp500.000 s/d Rp1.000.000 (27,0%).

b. Deskripsi Kategori Variabel

Deskripsi kategori variabel menggambarkan penilaian responden terhadap variabel lokasi, harga, keberagaman produk, dan minat beli.

Data hasil penelitian kemudian dikategorikan ke dalam tiga kelompok yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Hasil kategorisasi tersebut disajikan berikut ini:

1) Lokasi

Kategorisasi untuk variabel lokasi disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 10. Kategorisasi Variabel Lokasi

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 41$	77	38,5
Sedang	$26 \leq X < 41$	119	59,5
Rendah	$X < 26$	4	2,0
Jumlah		200	100,0

Sumber: Data Primer 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap variabel lokasi dalam kategori tinggi sebanyak 77 orang (38,5%), responden yang memberikan penilaian terhadap variabel lokasi dalam kategori sedang yaitu sebanyak 119 orang (59,5%), dan responden yang memberikan penilaian terhadap variabel lokasi dalam kategori rendah sebanyak 4 orang (2,0%).

2) Harga

Kategorisasi untuk variabel harga disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 11. Kategorisasi Variabel Harga

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 48,33$	50	25,0
Sedang	$30,67 \leq X < 48,33$	150	75,0
Rendah	$X < 30,67$	0	0,0
Jumlah		200	100,0

Sumber: Data Primer 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap harga dalam kategori tinggi sebanyak 50 orang (25,0%), responden yang memberikan penilaian terhadap harga dalam kategori sedang sebanyak 150 orang (75,0%), dan tidak ada responden yang memberikan penilaian terhadap harga masuk kategori rendah (0,0%).

3) Keberagaman Produk

Kategorisasi untuk variabel keberagaman produk disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 12. Kategorisasi Variabel Keberagaman Produk

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 52$	71	35,5
Sedang	$33 \leq X < 52$	129	64,5
Rendah	$X < 33$	0	0,0
Jumlah		200	100,0

Sumber: Data Primer 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap variabel keberagaman produk dalam kategori tinggi sebanyak 71 orang (35,5%), responden yang memberikan penilaian terhadap keberagaman produk dalam kategori sedang sebanyak 129 orang (64,5%), dan tidak ada responden yang memberikan penilaian terhadap keberagaman produk dalam kategori rendah (0%).

4) Minat Beli

Kategorisasi untuk variabel minat beli disajikan pada tabel berikut.

Tabel 13. Kategorisasi Variabel Minat beli

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	$X \geq 41$	70	35,0
Sedang	$26 \leq X < 41$	130	65,0
Rendah	$X < 26$	0	0,0
Jumlah		200	100,0

Sumber: Data Primer 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap minat beli masuk dalam kategori tinggi sebanyak 70 orang (35,0%), responden yang memberikan penilaian terhadap minat beli masuk kategori sedang sebanyak 130 orang (65,0%), dan tidak ada responden yang memberikan penilaian terhadap minat beli masuk dalam kategori rendah (0%).

2. Uji Prasyarat Analisis

Pengujian prasyarat analisis dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Prasyarat yang digunakan dalam penelitian ini meliputi, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas yang dilakukan menggunakan bantuan komputer program SPSS 20.00 for Windows. Hasil uji prasyarat analisis disajikan berikut ini.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui besarnya interkorelasi antar variabel bebas dalam penelitian ini. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas (Ghozali, 2011: 105). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF. Apabila nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas untuk model regresi pada penelitian ini disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 14. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Kesimpulan
Lokasi	0,837	1,194	Non Multikolinieritas
Harga	0,736	1,358	Non Multikolinieritas
Keberagaman Produk	0,751	1,332	Non Multikolinieritas

Sumber: Data Primer 2016

Dari tabel di atas terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser. Jika variabel independen tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas terhadap model regresi pada penelitian ini.

Tabel 15. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Lokasi	0,300	Non Heteroskedastisitas
Harga	0,127	Non Heteroskedastisitas
Keberagaman Produk	0,414	Non Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data (Santosa dan Ashari, 2005). Dalam penelitian ini, menggunakan Uji *Kolmogrov-smirnov* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 16. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Lokasi	0,566	Normal
Harga	0,442	Normal
Keberagaman Produk	0,091	Normal
Minat Beli	0,481	Normal

Sumber: Data Primer 2016

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan keberagaman produk terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari. Analisis regresi berganda dipilih untuk menganalisis pengajuan hipotesis dalam penelitian ini. Berikut ini hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.00 *for Windows*.

Tabel 17. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (b)	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Lokasi	0,195	3,968	0,000	Signifikan
Harga	0,310	5,164	0,000	Signifikan
Keberagaman Produk	0,359	6,548	0,000	Signifikan
Konstanta = -0,843				
$AdjustedR^2 = 0,491$				
F hitung = 65,014				
Sig. = 0,000				

Sumber: Data Primer 2016

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,843 + 0,195X_1 + 0,310X_2 + 0,359X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut diketahui bahwa koefisien regresi lokasi (b_1), harga (b_2), dan keberagaman produk (b_3) memiliki koefisien regresi positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa lokasi (b_1), harga (b_2), dan keberagaman produk (b_3) memiliki pengaruh positif terhadap minat beli (Y).

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar -0,843 dapat diartikan apabila variabel lokasi, harga, dan keberagaman produk dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka variabel minat beli akan sebesar -0,843.
- b. Nilai koefisien beta pada variabel lokasi sebesar 0,195 artinya setiap perubahan variabel lokasi (X_1) sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan perubahan minat beli sebesar 0,195 satuan, sedangkan harga dan keberagaman produk adalah nol. Peningkatan satu satuan pada variabel lokasi akan meningkatkan minat beli sebesar 0,195 satuan, sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel lokasi akan menurunkan minat beli sebesar 0,195 satuan.
- c. Nilai koefisien beta pada variabel harga sebesar 0,310 artinya setiap perubahan variabel harga (X_2) sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan perubahan minat beli sebesar 0,310 satuan, sedangkan lokasi dan keberagaman produk adalah nol. Peningkatan satu satuan pada

variabel harga akan meningkatkan minat beli sebesar 0,310 satuan, sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel harga akan menurunkan minat beli sebesar 0,310 satuan.

- d. Nilai koefisien beta pada variabel keberagaman produk sebesar 0,359 artinya setiap perubahan variabel keberagaman produk (X_3) sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan perubahan minat beli sebesar 0,359 satuan, sedangkan lokasi dan harga adalah nol. Peningkatan satu satuan pada variabel keberagaman produk akan meningkatkan minat beli sebesar 0,359 satuan, sebaliknya penurunan satu satuan pada variabel keberagaman produk akan menurunkan minat beli sebesar 0,359 satuan.

Selanjutnya untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F. Hasil pengujian hipotesis dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji F

Analisis regresi berganda dengan menggunakan uji F (Fisher) bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel yang meliputi lokasi, harga dan keberagaman produk terhadap minat beli di Pasar tradisional Argosari Wonosari. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) maka model regresi signifikan secara statistik.

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 65,014 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis

yang menyatakan “Lokasi, harga dan keberagaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari” **diterima.**

b. Uji t (secara parsial)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan signifikansi pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Penjelasan hasil uji t untuk masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut:

1) Lokasi

Hasil statistik uji t untuk variabel lokasi diperoleh nilai t hitung sebesar 3,968 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,195; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari” **diterima.**

2) Harga

Hasil statistik uji t untuk variabel harga diperoleh nilai t hitung sebesar 5,164 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$)

dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,310; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Harga berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari” **diterima**.

3) Keberagaman Produk

Hasil statistik uji t untuk variabel keberagaman produk diperoleh nilai t hitung sebesar 6,548 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,359; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Keberagaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari” **diterima**.

c. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji *Adjusted R²* pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,491. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli dipengaruhi oleh variabel lokasi, harga dan keberagaman produk sebesar 49,1%, sedangkan sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan keberagaman produk terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari.

1. Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli di Pasar Tradisional Argosari Wonosari

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 65,014 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan “Lokasi, harga dan keberagaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari”.

Menurut Kinnear dan Tailor (1995) minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat beli (*willingness to buy*) dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pembeli bermaksud untuk membeli produk (Doods, Monroe dan Grewall : 1991). Mittal (1999) mengemukakan fungsi dari minat konsumen merupakan fungsi dari mutu produk dan mutu pelayanan. Salah satu indikator bahwa suatu produk sukses atau tidak di pasar adalah seberapa jauh tumbuhnya minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi minat beli antara lain lokasi, harga dan keberagaman produk. Lokasi memiliki kaitan erat dengan minat

beli karena lokasi mencerminkan kondisi *rill* yang dapat mempengaruhi apakah konsumen bersedia membeli disuatu tempat/lokasi tersebut. Kondisi seperti akses yang mudah terhadap lokasi yang akan dituju, lokasi yang memiliki parkir luas dan tempat yang nyaman kini semakin dicari oleh konsumen dalam kebutuhannya membeli barang-barang yang mereka inginkan. Lokasi adalah tempat toko yang paling menguntungkan yang dapat dilihat dari jumlah rata-rata khalayak yang melewati toko itu setiap harinya, persentasi khalayak yang mampir ke toko. Persentasi mampir dan kemudian membeli serta nilai pembelian per penjualan (Kotler : 1997).

Harga juga memiliki peran dalam mempengaruhi minat beli konsumen, harga yang mahal atau murah kini menjadi pertimbangan yang sangat diperlukan mengingat kondisi perekonomian seseorang berlainan. Harga adalah jumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual (Lewis: 1997).

Keberagaman produk mempengaruhi konsumen dalam memilih produk apa yang akan mereka beli, produk yang beragam dapat meningkatkan kemauan konsumen dalam membeli. Jenis dan ragam dapat membangkitkan semangat konsumen dalam memilih produk yang paling mereka inginkan dan memilih kualitas yang terbaik menurut konsumen. Philip Kotler (2002) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fure (2013) mengenai Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca memiliki persamaan dari segi variabel (lokasi, harga, keberagaman produk dan minat beli). Hasil uji hipotesis dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa lokasi, harga, dan keberagaman produk berpengaruh terhadap minat beli khususnya pada responden pasar Bersehati Calaca.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli di Pasar Tradisional Argosari Wonosari

Hasil statistik uji t untuk variabel lokasi diperoleh nilai t hitung sebesar 3,968 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,195; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari”.

Lokasi menjadi pertimbangan ketika keberadaannya sesuai dengan harapan konsumen yang turut andil dalam keputusannya membeli pada tempat yang menurut mereka cocok. Lokasi yang diatur dengan strategi baik dapat memaksimalkan keuntungan bagi suatu tempat seperti pasar tradisional atau perusahaan seperti menurut Swastha (2000) Lokasi adalah letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba.

Penelitian Oetomo (2012) mengenai Analisis pengaruh keragaman menu, persepsi harga dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen (Studi pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang). Penelitian tersebut memiliki persamaan dari segi variabel (lokasi dan minat beli) dengan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang.

3. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli di Pasar Tradisional Argosari Wonosari

Hasil statistik uji t untuk variabel harga diperoleh nilai t hitung sebesar 5,164 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,310; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Harga berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari”.

Harga yang pas sesuai dengan daya beli masyarakat mempengaruhi keinginan pembelian akan suatu produk yang memang diinginkan oleh konsumen. (Dinawan : 2010) menjadikan harga sebagai suatu indikator berupa besar pengorbanan yang diperlukan untuk membeli suatu produk sekaligus dijadikan sebagai suatu indikator *level of quality*. Menurut Swastha (2003): Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses penentuan dimana seorang akan berbelanja.

Penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2015) mengenai Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang. Penelitian tersebut memiliki kesamaan dari segi variabel (harga dan minat beli). Hasil pengujian hipotesis menemukan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli khususnya pada responden Jaizah Boutique Tlogosari Semarang.

4. Pengaruh Keberagaman Produk terhadap Minat Beli di Pasar Tradisional Argosari Wonosari

Hasil statistik uji t untuk variabel keberagaman produk diperoleh nilai t hitung sebesar 6,548 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,359; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “Keberagaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari”.

Produk yang beragam akan mempengaruhi minat konsumen karena produk yang bervariasi akan memberikan persepsi yang lebih lengkap dan menarik bagi konsumen yang akan memutuskan membeli produk yang mereka inginkan. Keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko (Engels, 1995)

Penelitian yang dilakukan oleh Mardhikasari (2014) yang berjudul Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi Toko, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Kampus yang

melakukan studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi UNY. Penelitian tersebut memiliki persamaan dalam segi (variabel keberagaman produk dan minat beli) dan dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keberagaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Lokasi, harga dan keberagaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli di pasar tradisional Argosari Wonosari. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 65,014 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 3,968; dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,195.
3. Harga berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 5,164 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,310.
4. Keberagaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli pasar tradisional Argosari Wonosari. Hal ini dibuktikan nilai t hitung sebesar 6,548 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,359.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada sebagian konsumen yang ada di pasar tradisional Argosari Wonosari yang berjumlah 200 responden, akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh para konsumen

yang ada di pasar tradisional Argosari Wonosari yang berjumlah 200 responden, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.

2. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh lokasi, harga dan keberagaman produk saja. Masih ada faktor lain yang dapat memengaruhi minat beli, misalnya faktor kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *store atmosphere*.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Pasar Tradisional Argosari Wonosari

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel keberagaman produk merupakan variabel paling dominan yang mempengaruhi minat beli, oleh karena itu pengelola pasar tradisional Argosari Wonosari disarankan untuk melengkapi produk-produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen dan menjual produk berkualitas yang tidak jauh berbeda dengan barang/produk yang dijual di toko/supermarket, sehingga dapat menjawab kebutuhan konsumen dan para pembeli dapat lebih mudah mencari barang dan produk yang akan dibeli. Langkah-langkah demikian diharapkan dapat meningkatkan minat beli dan kunjungan masyarakat di pasar tradisional Argosari Wonosari.

2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti lokasi, harga dan keberagaman

produk, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry. (2001). *Consumer Behavior 6th edition*. New York: Thomson Learning.
- Basu swasta dan T. Hani Handoko.(2000). “Manajemen Pemasaran :*Analisis Perilaku Konsumen*”. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE
- Dinawan. R. M. (2010). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha Mio PT. Harapindo Jaya Semarang)*. Tesis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Dodds, William B, Monroe, Kent B, Grewal, Dhruv (1991); Effect of Prece, Brand and Store Information on Buyer’s Product Evaluation ,”*Journal of Marketing Research*”, Vol XXVIII, Agustus 1991.
- Ferdinand AT. (2000). “*Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategik, “Research Paper Series, No. 01*, Maret, Program MM. UNDIP.
- Fure, Hendra. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Jurnal Manajemen. FE-Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Geoge Clause, (2005). *MetodeManajemen Pemasaran*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, et al. (1995). *Multivariate Data Analysis 6 Ed*. New Jersey: Pearson Education.
- Kinnear, Thomas C. and James R. Taylor, (1995) .*Marketing Research: An Applied Approach*. McGraw Hill Text
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi Kontrol Jilid I*. Jakarta: Prenhalindo.
- _____. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Jilid II*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2000). *Marketing Management. USA*: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip dan Garry Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.Edisi kedelapan jilid 2.Erlangga. Jakarta.

- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prehallindo.
- _____. (2007). *Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation and Control* (9thed). New Jersey : Prentice Hall International, Inc.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kismono, G. (2001). *Pengantar Bisnis*. Jakarta : BPFE.
- Lewis, Gregori. (1997). *Taktik Menetapkan Harga/ Pricing For Profit*. Jakarta : Gramedia.
- Mardhikasari, Theresia. E. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Toko, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Kampus* (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). Skripsi Manajemen. FE-Universitas Negeri Yogyakarta.
- Manullang. (1991). *Manajemen Personalia*. Medan: Ghalia Indonesia.
- Ma'ruf Hendry.(2006). *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Oetomo, Rahardian.A dan Nugraheni, Rini. (2010). *Analisis pengaruh keragaman menu, persepsi harga dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen (Studi pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang)*. Jurnal.
- Sheth, J.N., B. Mittal and B. I. Newman.(1999). *Consumer behavior: Consumer Behavior and Beyond*. Orlando:The Dryden Press.
- Sugiyono.(2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabet.
- _____. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung : Alfabeta.
- Swastha dan Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Swasta, Basu. (2002). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta : Liberty.
- Swasta, Basu dan Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern Analisis PerilakuKonsumen*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2005). *Service Managemen*. Edisi kedua: Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2006). *Pemasaran jasa*. Malang: Bayumedia.

Wardani, Hetty Sri. (2015). *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen muslim pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo.

Wijaya, Toni. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Zeithaml, Bitner dan Gremler. (2009). *Service Marketing – Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York : Mc. Graw – Hill.

[Http://www.harianjogya.com](http://www.harianjogya.com) 21 April 2016 jam 15:52

[Http://kabarhandayani.com](http://kabarhandayani.com) 21 April 2016 jam 15:52

[Http://sorotjogja.com](http://sorotjogja.com) 21 April 2016 jam 15:55

[Http://jogja.antaranews.com](http://jogja.antaranews.com) 21/04/16 jam 15:56

LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Nama saya Astika Pratiwi, mahasiswa S1 jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Argosari Wonosari”**.

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan di jenjang S1. Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu melengkapi kuesioner ini.

Kuesioner ini hanya ditujukan untuk responden yang pernah melakukan pembelian minimal 2 kali di Pasar Tradisional Argosari Wonosari.

Atas kesediaan dan waktu Bapak/Ibu/Saudara/i berikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Astika Pratiwi

A. Identitas Responden.

1. Nama :

2. Usia : tahun

Lingkari jawaban yang sesuai pada salah satu pilihan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut :

3. Jenis Kelamin :

a. Laki-laki

b. Perempuan

4. Pekerjaan :

a. Pelajar/Mahasiswa

b. PNS

c. Karyawan

d. Wiraswasta

e. Lain-lain

5. Pendapatan Perbulan :

a. Kurang dari Rp 500.000,00

b. Rp. 500.000,00 – Rp 1.000.000,00

c. Rp 1.000.000,00 – Rp 2.500.000,00

d. Rp 2.500.000,00 – Rp 5.000.000,00

e. Rp 5.000.000,00 – Rp 10.000.000,00

f. Lebih dari Rp 10.000.000,00

B. Pertanyaan Penelitian

Berikan respons terhadap pertanyaan dalam tabel dengan menggunakan tanda (\checkmark) pada kolom yang sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i mengenai pernyataan tersebut. Skala respon adalah sebagai berikut :

- a. SS = Sangat setuju
- b. S = Setuju
- c. CS = Cukup Setuju
- d. TS = Tidak Setuju
- e. STS = Sangat Tidak Setuju

1. Lokasi

No	Pertanyaan	Respon				
		SS	S	CS	TS	STS
	Kesediaan lahan parkir					
1	Lahan parkir yang tersedia di pasar Argosari Wonosari luas.					
2	Lahan parkir yang tersedia di pasar Argosari Wonosari nyaman.					
3	Lahan parkir yang tersedia di pasar Argosari Wonosari tertata rapi.					

	Lokasi yang strategis					
1	Saya merasa lokasi di pasar Argosari Wonosari strategis untuk di kunjungi.					
2	Saya merasa lokasi di pasar Argosari Wonosari mudah diakses di kota Wonosari.					
3	Saya merasa lokasi di pasar Argosari Wonosari dekat dengan pusat kota Wonosari.					
	Memiliki tempat yang cukup luas, alat transportasi yang mudah dijangkau					
1	Pasar Argosari Wonosari memiliki tempat yang nyaman.					
2	Pasar Argosari Wonosari dapat dengan mudah dijangkau dengan alat transportasi dari berbagai penjuru di kota Wonosari.					
3	Pasar Argosari Wonosari memiliki tempat yang luas, dengan akses pada alat transportasi yang mudah didapat.					
	Lokasi pasar dilalui banyak alat transportasi					
1	Pasar Argosari Wonosari memiliki lokasi yang banyak					

	dilalui alat transportasi.					
2	Lokasi di pasar Argosari Wonosari ramai dengan alat transportasi yang beragam.					
3	Penggunaan alat transportasi di seputar lokasi pasar Argosari Wonosari berjalan tertib.					

2. Harga

No	Pertanyaan	Respon				
		SS	S	CS	TS	STS
	Harga yang sesuai dengan manfaat					
1	Harga di pasar Argosari Wonosari sesuai dengan manfaat yang ingin saya peroleh berupa harga yang sesuai daya beli.					
2	Harga di pasar Argosari Wonosari sesuai dengan yang saya inginkan karena tidak mahal.					
3	Harga di pasar Argosari Wonosari sesuai dengan kebutuhan sehari-hari yang ingin saya dapatkan					
	Persepsi harga dan manfaat					
1	Saya merasa harga yang saya dapatkan di pasar Argosari Wonosari murah.					

2	Saya merasa kebutuhan sehari-hari saya bisa terpenuhi dari Pasar Argosari Wonosari.					
3	Saya merasa harga barang di pasar Argosari Wonosari lebih ekonomis dibanding pasar yang lain.					
	Harga barang terjangkau					
1	Saya merasa harga barang di pasar Argosari Wonosari sesuai dengan daya beli masyarakat.					
2	Saya merasa harga barang di pasar Argosari Wonosari tidak terlalu mahal.					
3	Saya merasa penetapan harga di pasar Argosari Wonosari lebih terjangkau dibanding pasar yang lain.					
	Persaingan Harga					
1	Harga di pasar Argosari Wonosari memiliki daya saing yang baik di sekitar kawasan kota Wonosari.					
2	Harga di pasar Argosari Wonosari mampu bersaing dengan harga toko.					
3	Harga di pasar Argosari Wonosari tidak kalah dengan harga di pasar yang lain.					

	Kesesuaian antara harga dan kualitasnya					
1	Harga di pasar Argosari Wonosari sesuai dengan kualitas barang yang saya dapatkan.					
2	Harga di pasar Argosari Wonosari masih wajar dengan kualitas barang yang tetap terjaga.					
3	Kualitas barang yang ada di Pasar Argosari Wonosari tergolong baik dengan harga yang setara.					

3. Keberagaman Produk

No	Pertanyaan	Respon				
		SS	S	CS	TS	STS
	Pasar tradisional yang terlengkap di kota					
1	Pasar Argosari Wonosari merupakan pasar tradisional yang memiliki produk terlengkap di kota Wonosari					
2	Pasar tradisional Argosari Wonosari memiliki produk yang komplit.					
3	Produk di pasar tradisional Argosari Wonosari banyak jenisnya, lebih lengkap dibanding pasar yang lain di sekitar kota Wonosari.					

	Memenuhi kebutuhan sehari-hari					
1	Pasar Argosari Wonosari menyediakan produk kebutuhan sehari-hari.					
2	Pasar Argosari Wonosari menjual berbagai kebutuhan pokok masyarakat.					
3	Saya merasa kebutuhan sehari-hari saya dapat terpenuhi apabila membeli produk di pasar Argosari Wonosari.					
	Mutu produk yang dijual berkualitas					
1	Saya merasa produk yang dijual di pasar Argosari Wonosari berkualitas.					
2	Mutu produk yang dijual di pasar Argosari Wonosari memiliki kualitas yang tidak jauh beda dengan yang ada di pasar atau toko yang lain.					
3	Produk yang dijual di pasar Argosari Wonosari memiliki kualitas yang baik.					
	Produk yang selalu tersedia di pasar					
1	Produk-produk di pasar Argosari Wonosari dapat tersedia setiap hari.					
2	Produk-produk yang ada di pasar Argosari Wonosari selalu tersedia untuk masyarakat yang membutuhkan dan ingin membeli.					
3	Saya merasa produk-produk yang saya perlukan dapat saya beli di pasar Argosari Wonosari.					

	Produk yang memiliki daya tahan cukup lama.					
1	Produk-produk di pasar Argosari Wonosari memiliki daya tahan yang lama.					
2	Produk-produk di pasar Argosari Wonosari awet bila dipakai.					
3	Produk-produk di pasar Argosari Wonosari tidak mudah rusak.					

4. Minat Beli

No	Pertanyaan	Respon				
		SS	S	CS	TS	STS
	Ketertarikan terhadap produk-produk yang ditawarkan					
1	Saya merasa tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan di pasar Argosari Wonosari karena lengkap.					
2	Saya merasa produk yang ditawarkan di pasar Argosari Wonosari menarik untuk di beli.					
3	Saya merasa tertarik pada produk-produk yang ditawarkan di pasar Argosari Wonosari karena banyaknya pilihannya.					

	Kesediaan produk dan kemudahan dalam membeli				
1	Produk-produk di pasar Argosari Wonosari selalu tersedia setiap hari				
2	Produk di pasar Argosari Wonosari mudah dibeli karena banyak penjual yang menyediakan produk-produk serupa.				
3	Produk-produk di pasar Argosari Wonosari mudah dibeli oleh masyarakat.				
	Situasi pembelian yang menyenangkan				
1	Saya merasa situasi pembelian di pasar Argosari Wonosari menyenangkan.				
2	Saya merasa aman ketika sedang membeli produk-produk di pasar Argosari Wonosari.				
3	Saya merasa kondisi di pasar Argosari Wonosari tertib ketika terjadi proses pembelian produk.				
	Terpenuhinya kebutuhan				
1	Saya merasa kebutuhan saya dapat terpenuhi jika membeli berbagai produk yang saya butuhkan di pasar Argosari				

	Wonosari.					
2	Saya merasa banyak kebutuhan yang saya perlukan bisa didapatkan di pasar Argosari Wonosari.					
3	Produk-produk yang ada di pasar Argosari Wonosari banyak yang sesuai dengan kebutuhan saya.					

DATA VALIDITAS DAN RELIABILITAS

No	Lokasi												Harga														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	2	5	2	2	2	2	3	2	2	2
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4
5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3
6	2	2	2	2	4	5	4	4	4	5	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	2	2
7	3	3	3	3	2	3	2	2	2	5	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	5	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2
9	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	4	4	4	2	2	5	3	4	5	3	5	2
10	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	2	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	3
11	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	5	5	5	3	3	3	3	5	3	4	3	5	5	3	3
12	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4
13	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	3
14	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	1	3	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	3	2
15	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
16	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	2	2	4	4	4	3	3	3	3	5	2	5	5
17	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	5	5	5	2	3	2	2	4	4	4	4
18	3	3	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3
19	2	3	4	4	3	2	2	3	4	2	3	3	1	3	5	4	3	2	2	5	5	2	2	2	3	4	4
20	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	2
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	3	2	3	3	3	3	3	5	5
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	3	3	3	3	3	5	5
29	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
33	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	5
34	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
35	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4

No	Lokasi												Harga														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
38	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	1	5	1	1	5	1	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
42	1	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
43	1	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
44	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
55	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
56	2	2	2	2	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
57	3	3	3	3	2	2	2	3	3	5	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	2	3	2	2	3	3	4	4	4	4	3
59	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5
60	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	5	3
61	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	3	2	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	2
62	5	5	5	4	2	3	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	5	3
63	4	4	4	3	4	4	3	2	2	5	5	4	5	2	4	4	4	2	5	3	2	2	3	5	1	5	4
64	4	4	4	5	4	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3
65	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	3
66	3	2	3	5	4	3	4	4	4	3	2	2	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2
67	5	4	2	3	4	4	2	4	4	3	5	3	5	4	5	5	4	3	2	3	2	4	2	3	3	3	3
68	4	4	3	3	4	4	3	3	2	4	2	3	2	5	3	3	5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3
69	3	4	4	3	5	5	5	3	3	4	4	4	5	5	3	3	4	3	3	4	5	4	2	4	4	4	3
70	4	3	5	5	4	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
71	4	2	3	2	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	4
72	2	2	3	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	3	4	2	4	2	2	2	5	4	3	4
73	4	3	2	3	3	5	2	1	3	1	3	5	4	2	4	3	3	3	5	5	3	3	3	4	3	3	4
74	4	4	3	2	3	4	3	5	4	3	4	3	4	2	2	4	4	3	4	4	3	3	3	5	3	3	4
75	5	4	4	4	1	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3
76	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	4	4	5	5	4	4	5	3	3	2	5	4	2	4	3

No	Lokasi												Harga														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
77	3	2	3	3	3	4	5	3	4	5	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3
78	3	3	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	5	5	3	5	5	5	4	3	4	4	3	3	4	3	3
79	4	3	2	2	3	4	4	4	5	3	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	2	3	2
80	3	3	2	3	4	3	3	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	5	3	3	3	3	3

No	Keberagaman Produk															Minat Beli											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	2	2	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3
5	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
6	4	4	4	4	4	2	2	5	3	4	5	3	5	5	5	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
7	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	5	3	2	2
8	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	5	5	3	5	5	4	3	4	3	4	2	4	2	3	5	3	3
9	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	3	3
12	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	3	3	3	2	2
13	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	5	2	5	5	5	2	2	4	4	2	3	2	3	4	5	4	4
14	4	4	4	5	5	5	2	3	2	2	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3
15	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
16	3	4	4	3	2	2	5	5	2	2	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
20	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4
21	3	3	3	5	3	3	2	3	3	3	3	3	3	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3
23	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4
30	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
37	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
38	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
39	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2

No	Keberagaman Produk															Minat Beli											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
40	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	5	3	3	4	2	3	3	3
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3
42	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	3
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4
44	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	2	3	5	3	3
45	4	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
47	5	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
48	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
49	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
50	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
51	5	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2
52	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	2	5	3	3	4	2	3	3	3
53	5	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3
54	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	3
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4
56	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	2	3	5	3	3
57	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
58	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4
59	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
61	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	3	3	3	2	2
62	4	2	2	4	4	4	3	3	3	3	5	2	5	5	5	2	2	4	4	2	3	2	3	4	5	4	4
63	3	4	4	5	5	5	2	3	2	2	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3
64	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
65	3	5	4	3	2	2	5	5	2	2	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
67	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
68	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
69	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	2	2	2	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4
70	3	5	5	5	3	3	2	3	3	3	3	3	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
71	1	4	5	5	5	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	3	2	2	2	3	3	2
72	3	1	2	2	5	3	5	2	3	2	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	3
73	3	3	3	3	3	4	3	5	4	4	4	3	4	3	3	5	5	4	3	4	3	5	4	3	4	2	2
74	3	5	3	3	5	5	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	5	4	4	4	2	2	3	3	2	3	4

No	Keberagaman Produk															Minat Beli											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
75	2	4	4	1	3	3	2	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	3	4	5	3	4	4	5	4	5	3
76	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4
77	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3
78	3	2	2	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	2
79	3	2	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	5	3	2	3	4
80	2	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	2	5	4	5	3	5	2	3	3	4	3	3	4

DATA PENELITIAN

No	Lokasi												Harga													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	JML
1	5	4	2	4	5	4	2	4	3	3	2	38	3	4	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	48
2	4	3	4	4	2	4	5	4	4	2	3	39	3	4	5	4	5	3	3	4	4	3	3	4	2	47
3	4	4	3	4	4	4	5	2	3	4	5	42	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3	5	47
4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	39	2	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	5	48
5	3	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	37	4	3	3	4	4	4	3	3	4	5	5	2	3	47
6	1	1	3	4	1	5	2	4	3	4	2	30	3	3	2	5	1	4	3	3	4	3	3	4	4	42
7	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	50	4	1	4	5	5	5	3	1	4	3	3	3	4	45
8	3	3	2	3	4	3	4	5	4	3	4	38	2	3	5	5	2	2	4	3	5	4	3	4	4	46
9	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	31	3	5	4	4	3	2	2	5	2	2	2	2	4	40
10	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	38	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	43
11	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	46	3	3	4	5	5	4	4	3	5	3	3	4	4	50
12	4	5	5	3	4	5	4	3	5	5	4	47	5	2	5	5	2	4	3	2	4	3	4	3	4	46
13	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	42	4	4	5	5	5	5	5	4	2	3	2	5	5	54
14	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	36	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	52
15	3	5	1	4	3	4	3	3	4	4	3	37	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	51
16	5	2	2	2	2	3	4	3	4	5	3	35	5	5	4	3	4	3	3	5	4	4	5	4	5	54
17	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	39	2	5	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	3	46
18	4	2	4	4	3	2	2	3	3	4	5	36	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	4	46
19	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	37	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	32
20	3	4	3	1	4	5	5	5	2	2	5	39	3	2	4	4	2	3	3	2	2	4	4	4	4	41
21	4	4	3	5	3	3	3	4	4	4	3	40	4	5	4	3	4	4	3	5	4	3	3	4	1	47
22	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3	50	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	53
23	5	5	4	4	4	5	3	5	3	4	5	47	2	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	49
24	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	44	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	2	42
25	2	5	3	3	3	3	4	3	3	4	3	36	4	3	5	3	3	5	5	3	4	4	3	3	4	49
26	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	4	33	5	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	5	41
27	5	3	3	5	3	3	3	4	3	5	5	42	3	5	1	4	3	4	3	5	5	5	3	4	2	47
28	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	5	43	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	51
29	4	3	3	5	5	3	5	4	4	4	4	44	4	5	2	3	3	4	3	5	4	4	4	3	4	48
30	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	4	34	4	4	2	2	3	3	1	4	3	2	2	2	3	35
31	3	4	3	3	2	5	1	4	4	2	3	34	4	4	2	2	3	2	2	4	2	4	4	1	3	37
32	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	44	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	46
33	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	53	4	5	5	5	5	4	4	5	5	3	2	3	3	53
34	3	5	3	4	3	5	3	5	5	4	4	44	4	2	4	3	4	3	4	2	3	4	3	4	4	44
35	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	38	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	46
36	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	32	4	4	3	4	2	3	1	4	3	4	5	4	5	46
37	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	40	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	46

No	Lokasi												Harga													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	JML
38	5	5	4	3	3	5	5	5	4	5	4	48	5	5	3	4	4	4	5	5	2	3	4	5	4	53
39	5	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	38	2	5	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	3	46
40	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	3	41	2	2	2	2	4	4	4	2	4	4	3	5	3	41
41	3	2	3	2	4	5	4	5	4	5	4	41	2	3	3	4	4	2	5	3	3	4	4	4	4	45
42	5	4	2	4	5	4	4	4	3	3	4	42	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	4	4	5	50
43	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	27	2	3	4	5	2	4	5	3	3	3	3	2	4	43
44	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	41
45	3	2	2	4	3	3	4	4	4	5	3	37	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3	5	47
46	4	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	40	3	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3	4	4	37
47	4	2	2	2	2	2	4	3	4	4	4	33	2	2	3	2	3	5	3	2	4	3	4	4	4	41
48	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	40	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	45
49	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	2	44	4	3	3	5	5	5	5	3	4	3	3	4	4	51
50	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3	50	4	2	4	5	3	5	3	2	4	4	3	3	4	46
51	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	2	43	3	4	3	4	4	3	2	4	4	3	4	4	2	44
52	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	41	2	2	3	3	5	3	4	2	5	3	3	4	5	44
53	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	53	4	4	4	3	5	3	3	4	4	5	4	5	3	51
54	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4	3	35	5	5	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	55
55	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	39	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	47
56	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	5	43	5	5	2	4	4	4	2	5	4	3	3	3	3	47
57	1	5	5	5	3	4	5	5	2	4	4	43	4	4	2	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	48
58	2	5	1	4	5	4	4	5	2	5	5	42	4	4	5	5	5	5	5	4	2	3	2	5	5	54
59	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	38	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	5	44
60	3	2	3	4	5	4	2	3	3	5	3	37	5	3	2	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	47
61	3	2	3	2	4	5	4	5	4	5	4	41	3	2	4	3	5	5	4	2	5	4	4	4	4	49
62	2	5	1	4	5	4	4	5	2	5	5	42	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	48
63	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	34	5	2	4	4	4	2	5	2	3	2	2	3	5	43
64	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	42	3	3	4	3	5	4	3	3	4	4	3	3	3	45
65	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	34	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	40
66	4	4	3	5	4	3	4	2	3	3	4	39	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	39
67	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	37	5	4	5	5	4	3	2	4	3	2	4	2	3	46
68	2	2	2	4	5	3	4	2	4	3	4	35	2	5	3	3	5	4	3	5	3	3	3	4	3	46
69	3	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	43	5	5	3	3	4	3	3	5	4	5	4	2	4	50
70	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	42	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	44
71	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	39	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	37
72	5	4	2	2	3	3	1	3	2	2	2	29	4	3	2	2	3	4	2	3	4	2	2	2	5	38
73	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	34	4	2	4	3	3	3	5	2	5	3	3	3	4	44
74	1	2	5	5	2	2	4	5	4	3	4	37	4	2	2	4	4	3	4	2	4	3	3	3	5	43
75	4	3	4	5	3	5	3	4	4	3	3	41	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	46
76	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	46	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	55

No	Lokasi												Harga														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	JML	
77	4	2	3	3	5	3	4	5	3	3	4	39	3	2	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	4	4	44
78	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	45	5	5	3	5	5	5	4	5	3	4	4	3	3	54	
79	4	2	3	3	4	4	5	4	4	4	4	41	3	3	4	3	4	2	2	3	3	3	1	3	2	36	
80	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	4	35	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	5	3	3	49	
81	3	2	3	2	4	5	4	5	4	5	4	41	5	5	3	3	4	3	3	5	2	5	4	4	3	49	
82	2	5	1	4	5	4	4	5	2	5	5	42	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	45	
83	3	3	3	5	5	5	4	3	4	4	3	42	4	4	3	1	4	5	5	4	5	2	2	5	4	48	
84	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	42	3	5	4	5	4	4	4	5	2	2	3	3	4	48	
85	4	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	27	2	2	4	2	3	2	4	2	4	3	4	4	3	39	
86	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	28	4	2	2	2	2	3	3	2	4	3	4	3	2	36	
87	3	4	4	2	3	2	3	3	2	3	4	33	4	2	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	35	
88	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	1	25	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	4	37	
89	3	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	43	4	4	3	5	5	4	3	4	5	4	2	3	3	49	
90	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	42	3	4	4	2	3	2	3	4	3	2	3	4	4	41	
91	4	3	2	4	3	4	4	3	3	3	4	37	2	2	3	4	3	3	4	2	2	3	1	3	4	36	
92	3	2	2	2	3	3	5	5	3	3	4	35	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	2	47	
93	1	2	2	2	3	2	1	3	2	2	2	22	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	47	
94	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	4	27	3	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	3	39	
95	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	37	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	41	
96	2	3	3	2	2	3	4	3	2	3	4	31	4	4	2	2	2	3	2	4	3	2	4	4	2	38	
97	2	4	3	3	4	4	3	4	2	2	3	34	4	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	5	5	41	
98	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	4	37	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	5	4	5	42	
99	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	2	36	2	3	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	3	38	
100	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	40	5	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	38	
101	4	5	3	3	4	3	3	4	5	4	2	40	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	51	
102	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	40	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	43	
103	4	5	2	4	4	5	3	3	4	4	4	42	4	4	5	5	4	4	5	4	3	3	2	5	4	52	
104	3	3	3	3	4	3	2	2	5	4	4	36	2	4	2	4	4	5	3	4	3	2	3	4	3	43	
105	3	5	3	4	3	5	4	3	4	5	3	42	3	4	2	3	2	2	3	4	3	4	4	3	4	41	
106	3	3	3	3	4	3	3	2	5	4	4	37	2	5	2	2	2	3	3	5	3	3	4	4	2	40	
107	3	4	4	3	5	4	5	4	4	3	3	42	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	45	
108	4	3	3	2	3	3	4	2	3	5	4	36	4	4	2	2	3	2	3	4	4	5	2	4	4	43	
109	2	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	36	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2	3	3	43	
110	3	5	3	4	2	3	3	5	4	3	4	39	4	2	3	4	2	3	3	2	5	4	3	4	5	44	
111	2	5	3	5	5	5	5	4	3	3	4	44	2	2	5	5	5	4	3	2	5	3	2	2	4	44	
112	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	35	3	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	49	
113	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	44	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	5	46	
114	3	4	3	5	5	4	3	5	4	2	3	41	4	4	5	1	5	5	1	4	5	4	5	4	3	50	
115	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	46	3	5	1	4	3	4	3	5	5	5	3	4	2	47	

No	Lokasi												Harga													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	JML
116	5	5	4	2	4	4	4	4	3	4	4	43	3	5	4	5	4	4	4	5	2	2	3	3	4	48
117	5	5	4	3	3	3	5	5	3	3	3	42	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	5	49
118	3	2	2	4	4	3	3	4	3	3	4	35	3	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3	2	3	42
119	3	5	3	4	3	4	5	3	4	3	5	42	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	47
120	4	4	3	4	4	4	5	2	3	4	5	42	3	4	5	3	3	3	3	4	5	3	3	3	4	46
121	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	46	5	5	4	3	3	4	5	5	4	5	3	3	3	52
122	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	5	47	3	4	5	5	5	3	4	4	5	3	4	4	3	52
123	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	36	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	52
124	5	5	4	3	3	4	5	4	2	5	2	42	5	5	4	3	3	4	5	5	4	5	3	3	3	52
125	4	3	3	4	2	5	3	2	3	4	4	37	3	5	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	48
126	2	2	2	2	3	2	4	2	3	5	2	29	3	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3	2	3	42
127	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24	4	4	3	1	5	1	5	4	4	3	4	2	4	44
128	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	25	4	5	5	3	4	5	4	5	4	4	3	3	3	52
129	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	5	43	5	2	3	3	4	2	3	2	3	4	3	4	4	42
130	3	4	4	3	3	2	2	2	4	4	4	35	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	46
131	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	45	3	5	3	4	3	4	3	5	4	3	3	3	4	47
132	3	3	5	3	3	3	3	5	2	3	3	36	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	40
133	3	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3	32	5	5	4	4	4	5	3	5	4	3	3	3	4	52
134	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3	4	31	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	44
135	4	3	2	2	3	3	2	2	4	4	4	33	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	43
136	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	34	5	2	2	2	2	3	4	2	4	5	4	4	5	44
137	2	4	3	4	3	5	4	3	4	4	3	39	4	4	3	5	3	3	3	4	4	3	3	4	5	48
138	4	2	2	2	3	4	2	4	2	2	2	29	5	3	3	5	2	3	2	3	2	3	3	4	4	42
139	5	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	32	5	5	3	3	3	4	3	5	5	2	4	4	5	51
140	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	42	4	5	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	3	53
141	3	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	43	3	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	3	4	48
142	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	4	35	4	3	4	5	3	4	3	3	3	3	3	2	43	
143	3	2	3	2	3	5	3	4	3	4	4	36	5	3	3	5	3	3	3	3	5	5	3	4	4	49
144	4	3	4	5	3	5	3	4	3	5	3	42	5	2	2	2	2	3	4	2	4	4	5	3	3	41
145	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	40	4	3	3	5	5	3	5	3	3	1	3	1	4	43
146	3	1	1	3	3	4	4	5	4	4	2	34	3	3	3	4	4	3	2	3	2	5	4	3	5	44
147	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	4	34	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	5	45
148	4	3	2	4	3	4	4	3	3	3	4	37	4	3	4	4	2	4	5	3	3	4	4	4	4	48
149	3	3	3	4	3	2	3	2	2	4	4	33	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	45
150	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	37	2	5	5	2	2	4	5	5	4	4	4	2	4	48
151	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	46	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	40
152	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	35	3	3	4	3	5	3	4	3	4	4	4	5	3	48
153	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	5	40	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	44
154	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	2	37	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	43

No	Lokasi												Harga														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	JML	
155	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	44	2	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	45
156	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	50	5	5	4	2	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	52
157	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	3	55	
158	4	3	3	4	5	5	4	5	4	4	3	44	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	3	3	2	48	
159	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	39	4	2	4	4	3	3	3	2	3	2	2	2	4	38	
160	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	35	3	3	4	5	3	3	4	3	2	3	3	3	3	42	
161	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	46	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	52	
162	4	4	3	2	2	3	2	3	3	4	2	32	3	4	5	5	5	3	4	4	5	3	4	4	3	52	
163	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	40	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	52	
164	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	44	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	52	
165	3	5	5	5	4	3	2	3	2	4	2	38	3	5	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	48	
166	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	33	4	3	4	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	56	
167	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	38	4	4	3	1	5	1	5	4	4	3	4	2	4	44	
168	5	5	5	5	4	3	5	2	4	4	4	46	4	5	5	3	4	5	4	5	4	4	3	3	3	52	
169	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	32	4	2	2	2	2	3	3	2	4	3	4	3	2	36	
170	5	3	3	3	3	3	4	3	4	4	5	40	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	46	
171	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	37	3	5	3	4	3	4	3	5	4	3	3	3	4	47	
172	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	40	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	2	43	
173	5	3	4	3	5	5	4	3	3	3	3	41	5	5	4	4	4	5	3	5	4	3	3	3	4	52	
174	3	4	1	5	3	4	4	4	3	2	3	36	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	44	
175	2	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	34	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	2	3	43	
176	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	37	5	2	2	2	2	3	4	2	4	5	4	4	5	44	
177	4	2	2	2	2	3	3	3	3	5	4	33	4	4	3	5	3	3	3	4	4	3	3	4	5	48	
178	1	5	3	3	1	5	5	5	4	4	4	40	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	42	
179	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	44	5	5	2	4	3	4	4	5	3	3	3	4	3	48	
180	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	39	4	5	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	3	53	
181	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	2	32	3	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4	3	4	48	
182	5	5	5	5	4	4	5	3	3	2	5	46	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	32	
183	2	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	36	5	3	3	5	3	3	3	3	5	5	3	4	4	49	
184	3	4	3	1	4	5	5	5	2	2	5	39	5	2	2	2	2	3	4	2	4	4	5	3	3	41	
185	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	2	39	4	3	3	5	5	3	5	3	3	1	3	1	4	43	
186	2	2	2	3	3	2	3	3	4	4	4	32	3	3	3	4	4	3	2	3	2	5	4	3	5	44	
187	3	5	3	4	3	4	3	3	3	4	3	38	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	5	45	
188	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	40	4	3	4	4	2	4	5	3	3	4	4	4	4	48	
189	2	2	3	3	1	3	3	3	2	3	4	29	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	45	
190	3	5	4	3	5	3	3	5	3	3	3	40	2	5	5	2	2	4	5	5	4	4	4	2	4	48	
191	2	2	3	2	2	2	3	2	4	5	4	31	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	40	
192	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	33	3	3	4	3	5	3	4	3	4	4	4	5	3	48	
193	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	44	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	44	

No	Lokasi												Harga													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	JML
194	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3	50	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	43
195	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	3	36	2	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	45
196	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	53	4	3	4	5	5	5	5	3	4	2	3	4	5	52
197	5	5	5	5	4	4	5	3	3	2	5	46	4	3	4	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	56
198	4	3	4	5	3	5	3	4	4	3	3	41	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	3	3	2	48
199	3	4	4	2	3	2	3	3	2	3	4	33	3	3	1	2	2	5	3	3	5	2	3	2	2	36
200	4	5	5	5	3	3	4	3	5	3	2	42	3	3	4	5	3	3	4	3	2	3	3	3	3	42

No	Keberagaman Produk															Minat Beli											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML
1	4	5	3	5	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	50	3	4	2	4	2	4	4	4	2	4	3	36
2	4	2	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	52	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	43
3	3	5	3	5	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	46	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	43
4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	5	3	3	2	4	47	3	3	5	4	5	4	4	5	4	1	4	42
5	4	5	5	5	5	4	2	3	4	4	3	4	4	2	54	2	2	4	4	5	4	4	5	4	4	3	41
6	3	3	2	3	2	3	5	3	4	3	3	4	4	4	46	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	43
7	5	5	5	5	5	5	4	3	2	3	3	4	4	3	56	2	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47
8	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	51	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	38
9	3	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	50	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32
10	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	48	3	4	3	3	3	4	3	3	5	5	5	41
11	3	2	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	51	4	4	5	5	5	5	5	5	4	2	3	47
12	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	45	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	43
13	2	5	5	4	5	2	4	5	3	3	3	3	3	4	51	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	47
14	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	48	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	38
15	4	5	4	4	3	5	3	3	4	4	3	3	2	2	49	3	5	2	4	2	4	4	4	3	4	3	38
16	5	3	4	3	4	5	2	2	3	2	3	3	3	3	45	3	3	4	3	4	5	5	5	2	4	4	42
17	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	56	2	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	44
18	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	45	2	4	5	3	4	3	2	2	5	4	5	39
19	2	2	3	2	3	4	3	3	4	2	3	2	2	3	38	3	3	3	2	3	3	2	2	2	4	4	31
20	2	4	3	5	2	3	2	2	3	3	4	4	4	4	45	4	3	2	3	2	2	3	3	3	4	4	33
21	3	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	48	2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	38
22	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	62	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	49
23	4	5	5	4	4	5	3	4	4	2	3	5	3	4	55	4	3	5	3	5	5	3	3	2	5	4	42
24	4	3	2	4	3	4	3	3	4	5	5	5	4	5	54	4	4	3	2	3	3	2	2	3	4	4	34
25	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2	5	5	2	57	5	3	2	4	3	2	4	4	3	5	4	39
26	5	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	43	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	31
27	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	49	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	38
28	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	5	5	51	4	4	3	4	3	3	3	4	3	5	3	39
29	4	4	3	4	4	3	3	3	5	3	3	4	3	4	50	2	2	5	5	4	4	4	5	4	5	3	43
30	5	5	5	3	3	5	3	3	4	5	3	1	2	4	51	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	40
31	5	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	47	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	42
32	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	5	50	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	42
33	5	2	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	3	60	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	4	48
34	4	4	5	4	4	4	3	3	3	2	4	4	5	3	52	4	4	5	5	5	3	3	5	3	5	4	46
35	4	5	5	5	5	4	3	3	2	5	4	2	2	4	53	5	4	5	3	4	3	4	5	2	4	5	44
36	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	58	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3	5	46
37	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	50	3	4	5	5	4	4	1	5	4	5	4	44
38	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	5	52	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	46
39	3	2	2	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	4	48	5	5	1	3	3	3	3	2	3	5	4	37

No	Keberagaman Produk															Minat Beli											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML
40	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	50	3	4	3	3	3	4	4	5	2	2	2	35
41	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	2	3	55	3	3	4	5	3	5	3	4	2	4	4	40
42	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	52	3	3	5	5	2	2	4	5	2	5	4	40
43	3	4	3	4	3	3	2	3	4	4	5	5	3	5	51	4	4	4	4	3	2	2	3	3	4	4	37
44	5	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	2	51	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	34
45	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	46	2	4	2	5	1	4	4	3	3	2	2	32
46	4	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	2	2	2	38	2	2	4	5	5	5	3	4	4	3	3	40
47	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	44	3	4	1	2	2	5	3	5	4	2	2	33
48	5	5	3	3	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	53	5	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	40
49	3	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	5	4	4	52	4	5	5	3	3	5	5	4	4	3	3	44
50	4	2	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	52	5	5	4	4	1	3	3	2	2	3	3	35
51	5	5	5	4	5	5	3	3	2	3	1	4	5	5	55	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	3	43
52	3	4	2	5	5	2	2	4	5	4	3	3	4	2	48	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	42
53	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	62	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	48
54	5	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	53	4	4	5	3	4	3	2	2	5	4	3	39
55	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	5	3	2	3	49	5	5	3	2	3	3	2	2	5	5	4	39
56	2	2	2	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	5	50	3	5	2	3	2	2	3	3	5	3	3	34
57	3	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	5	4	4	52	4	5	3	4	3	3	4	4	5	5	4	44
58	4	3	4	4	4	5	2	3	4	5	4	4	4	4	54	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	47
59	3	4	3	4	5	5	4	3	3	3	3	2	3	4	49	2	4	5	3	5	5	3	3	5	2	3	40
60	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	2	3	2	3	44	3	4	3	2	3	3	2	2	5	2	2	31
61	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	4	47	4	5	2	4	2	2	4	4	5	5	4	41
62	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	5	52	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5	5	42
63	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	49	4	5	3	3	3	3	3	3	5	2	4	38
64	3	3	2	2	2	3	2	3	4	4	3	3	2	4	40	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	2	35
65	4	3	3	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	3	51	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	43
66	3	4	5	3	5	3	4	3	3	3	3	4	5	3	51	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	40
67	2	5	5	2	2	4	5	4	3	3	3	3	2	4	47	3	2	4	4	4	4	4	4	5	3	2	39
68	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	5	52	3	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	45
69	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	45	5	4	3	1	3	1	4	4	4	3	4	36
70	3	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	5	3	5	53	5	5	2	5	4	3	5	3	3	4	3	42
71	1	4	3	4	4	4	4	2	5	3	3	3	3	4	47	5	5	4	4	4	3	2	2	2	3	3	37
72	3	1	2	2	5	3	5	2	3	2	2	3	4	3	40	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	38
73	2	3	3	3	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	48	5	5	4	3	4	3	5	4	3	4	2	42
74	3	4	2	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	46	3	5	4	4	4	2	2	3	3	2	3	35
75	5	4	3	5	4	5	4	4	3	3	4	3	3	5	55	4	4	3	4	5	3	4	4	5	4	5	45
76	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	59	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	47
77	1	4	5	5	5	3	4	3	3	3	4	3	3	4	50	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	37
78	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	2	59	5	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	45

No	Keberagaman Produk															Minat Beli											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML
79	4	4	2	3	2	3	3	2	3	4	3	4	2	3	42	3	3	3	3	3	3	2	5	3	2	3	33
80	2	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	50	5	4	5	3	5	2	3	3	4	3	3	40
81	5	3	4	3	2	4	4	4	2	4	3	3	3	4	48	4	5	4	2	3	3	3	3	3	3	3	36
82	3	5	3	3	5	5	4	4	3	3	4	3	2	3	50	2	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3	35
83	3	3	4	4	3	5	2	3	2	2	2	4	4	5	46	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	36
84	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	2	59	5	4	5	5	5	5	4	2	3	4	2	44
85	3	3	3	3	3	4	3	5	4	4	4	3	4	3	49	2	2	2	3	2	2	2	4	4	3	4	30
86	3	4	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	42	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	2	30
87	5	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	38	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	4	27
88	4	3	5	5	4	3	5	4	2	3	3	2	2	3	48	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	28
89	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	3	2	2	48	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	41
90	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	3	46	4	4	2	3	2	4	4	3	2	4	4	36
91	3	4	2	3	3	5	3	4	5	3	4	1	3	5	48	3	3	3	3	3	3	2	3	2	5	3	33
92	4	5	5	5	4	3	2	3	2	4	2	5	3	3	50	4	3	4	4	5	3	3	2	4	3	5	40
93	4	4	3	3	4	2	3	1	3	5	3	4	5	2	46	2	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	31
94	4	4	3	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	2	44	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	28
95	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	5	2	45	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	40
96	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	42	2	3	2	3	3	3	4	5	3	2	3	33
97	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	50	3	2	4	2	3	4	4	4	3	3	3	35
98	4	5	4	3	3	3	5	5	3	3	3	3	4	3	51	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	39
99	3	2	5	1	4	4	3	4	4	3	3	2	2	4	44	2	2	2	2	2	3	2	3	4	3	3	28
100	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	52	4	4	5	3	4	2	3	3	3	4	4	39
101	3	5	5	5	4	4	5	3	3	2	5	4	2	4	54	5	4	5	5	5	3	4	3	5	5	3	47
102	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	3	46	3	2	3	4	3	4	5	3	3	3	3	36
103	4	3	3	5	5	5	4	3	4	4	3	3	4	4	54	5	5	5	5	4	4	5	3	5	2	4	47
104	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	2	56	3	4	4	3	4	4	4	3	2	2	2	35
105	4	5	3	4	3	5	4	3	4	5	3	3	3	4	53	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	45
106	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	51	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	37
107	2	2	4	4	3	3	4	3	3	4	2	5	3	3	45	3	3	3	3	3	3	2	5	3	3	3	34
108	2	3	2	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	44	2	2	3	2	2	3	4	4	4	4	2	32
109	4	3	3	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	55	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	37
110	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	42	2	5	5	2	2	2	3	3	3	3	3	33
111	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3	3	5	52	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	39
112	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	46	3	3	3	3	2	3	2	5	5	3	3	35
113	4	5	5	5	5	4	3	3	2	5	4	2	2	4	53	4	4	5	3	5	4	3	3	4	3	4	42
114	4	2	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	2	51	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	41
115	4	4	4	2	5	3	5	4	2	4	4	4	4	5	54	3	2	2	2	5	3	4	4	3	3	3	34
116	4	5	3	3	4	3	3	4	5	4	2	4	4	2	50	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	5	44
117	3	5	2	4	5	3	3	3	2	4	2	3	3	5	47	3	4	4	4	4	3	2	2	3	4	5	38

No	Keberagaman Produk															Minat Beli												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML	
118	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	5	48	5	5	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	40
119	5	3	5	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	57	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	41
120	3	5	3	5	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	46	3	4	4	4	4	3	4	4	2	5	5	42	
121	4	2	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	52	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	47	
122	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	3	5	51	5	4	4	3	4	3	3	3	5	2	2	38	
123	4	5	2	2	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	51	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	38	
124	5	5	4	4	1	5	4	3	3	4	2	4	4	5	53	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	3	47	
125	5	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3	3	4	50	5	4	5	5	4	3	3	3	4	3	4	43	
126	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	3	3	52	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	5	40	
127	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	4	4	3	5	45	3	3	3	3	3	3	4	4	5	2	4	37	
128	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	53	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	37	
129	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	50	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	40	
130	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	5	3	54	5	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	37	
131	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	48	3	2	4	3	4	3	3	5	3	4	2	36	
132	2	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	41	2	2	2	4	3	3	4	3	4	2	2	31	
133	4	4	3	3	4	4	2	5	3	4	2	3	4	4	49	3	3	3	2	5	2	4	4	3	3	4	36	
134	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	49	3	4	1	4	5	5	5	3	4	3	4	41	
135	5	4	2	3	1	3	4	5	4	5	5	5	5	3	54	2	3	3	1	2	2	5	3	5	4	3	33	
136	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	55	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	37	
137	3	5	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	50	4	3	3	5	3	3	5	5	4	4	4	43	
138	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	5	3	2	49	4	2	2	4	4	1	3	3	2	4	4	33	
139	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	51	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	44	
140	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	51	3	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	41	
141	4	5	4	4	4	5	4	2	4	4	5	5	4	5	59	5	4	4	3	5	5	4	5	4	3	3	45	
142	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	46	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40	
143	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	59	3	4	4	4	4	2	5	3	2	4	3	38	
144	3	4	4	5	3	3	4	3	3	4	5	3	3	5	52	3	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	40	
145	3	3	3	3	4	3	5	2	4	4	3	4	2	3	46	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	36	
146	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	51	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	4	34	
147	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	47	3	5	5	5	4	3	2	3	2	5	3	40	
148	2	4	4	4	3	2	2	2	3	4	3	2	3	3	41	3	3	3	3	5	4	3	3	3	4	5	39	
149	4	4	5	4	4	4	4	5	2	2	2	2	2	3	47	4	5	3	3	4	3	3	4	5	2	2	38	
150	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	5	5	59	5	5	4	4	4	3	3	4	3	2	2	39	
151	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	5	4	2	41	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	31	
152	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	58	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	43	
153	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	58	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	39	
154	3	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	46	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	36	
155	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	34	
156	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	64	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	51	

No	Keberagaman Produk															Minat Beli											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML
157	5	4	3	5	4	5	4	4	3	3	4	3	3	5	55	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	46
158	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	3	47	4	2	4	4	2	5	5	2	3	2	3	36
159	3	2	2	2	3	4	2	4	2	2	2	2	2	3	35	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	3	27
160	5	4	5	2	4	5	3	3	3	2	4	2	3	4	49	2	2	4	4	2	3	3	5	4	3	3	35
161	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5	3	5	62	5	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	47
162	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	3	5	51	5	4	4	3	4	3	3	3	5	2	2	38
163	4	5	2	2	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	51	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	38
164	5	2	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	3	60	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	3	47
165	5	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	3	3	4	50	5	4	5	5	4	3	3	3	4	3	4	43
166	3	4	2	4	4	3	3	3	4	3	5	3	3	3	47	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	5	40
167	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	53	3	3	3	3	3	3	4	4	5	2	4	37
168	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5	3	5	62	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	37
169	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	3	3	52	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	40
170	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	5	3	54	5	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	37
171	3	4	3	3	3	5	3	4	4	3	5	4	3	3	50	3	2	4	3	4	3	3	5	3	4	2	36
172	4	1	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	3	38	2	2	2	4	3	3	4	3	4	2	2	31
173	2	2	2	2	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	49	3	3	3	2	5	2	4	4	3	3	4	36
174	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	49	3	4	1	4	5	5	5	3	4	3	4	41
175	4	3	2	4	3	4	3	3	4	5	5	5	4	5	54	2	3	3	1	2	2	5	3	5	4	3	33
176	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	55	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	37
177	3	5	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	50	4	3	3	5	3	3	5	5	4	4	4	43
178	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	5	5	3	2	49	4	2	2	4	4	1	3	3	2	4	4	33
179	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	58	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	44
180	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	51	3	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	41
181	4	5	4	4	4	5	4	2	4	4	5	5	4	5	59	5	4	4	3	5	5	4	5	4	3	3	45
182	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	50	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40
183	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	59	3	4	4	4	4	2	5	3	2	4	3	38
184	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	47	3	4	4	3	5	4	3	4	4	3	3	40
185	2	2	2	2	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	49	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	36
186	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	51	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	4	34
187	3	4	2	4	4	3	3	3	4	3	5	3	3	3	47	3	5	5	5	4	3	2	3	2	5	3	40
188	2	4	4	4	3	2	2	2	3	4	3	2	3	3	41	3	3	3	3	5	4	3	3	3	4	5	39
189	4	4	5	4	4	4	4	5	2	2	2	2	2	3	47	4	5	3	3	4	3	3	4	5	2	2	38
190	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	5	5	59	5	5	4	4	4	3	3	4	3	2	2	39
191	4	4	4	3	4	2	2	3	4	5	3	4	2	3	47	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	31
192	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	58	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	43
193	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	58	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	39
194	2	4	4	3	2	2	3	3	4	5	4	4	4	4	48	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	36
195	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	34

No	Keberagaman Produk															Minat Beli											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	JML
196	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	64	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	51
197	3	4	3	4	5	3	5	3	4	4	4	4	3	5	54	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	46
198	2	4	4	1	3	3	2	4	4	4	4	2	2	2	41	4	2	4	4	2	5	5	2	3	2	3	36
199	3	4	4	4	4	2	5	3	2	2	3	4	3	2	45	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	3	27
200	5	4	5	2	4	5	3	3	3	2	4	2	3	4	49	2	2	4	4	2	3	3	5	4	3	3	35

DATA KATEGORISASI

No	Lokasi	KTG	Harga	KTG	Keberagaman Produk	KTG	Minat Beli	KTG
1	38	Sedang	48	Sedang	50	Sedang	36	Sedang
2	39	Sedang	47	Sedang	52	Tinggi	43	Tinggi
3	42	Tinggi	47	Sedang	46	Sedang	43	Tinggi
4	39	Sedang	48	Sedang	47	Sedang	42	Tinggi
5	37	Sedang	47	Sedang	54	Tinggi	41	Tinggi
6	30	Sedang	42	Sedang	46	Sedang	43	Tinggi
7	50	Tinggi	45	Sedang	56	Tinggi	47	Tinggi
8	38	Sedang	46	Sedang	51	Sedang	38	Sedang
9	31	Sedang	40	Sedang	50	Sedang	32	Sedang
10	38	Sedang	43	Sedang	48	Sedang	41	Tinggi
11	46	Tinggi	50	Tinggi	51	Sedang	47	Tinggi
12	47	Tinggi	46	Sedang	45	Sedang	43	Tinggi
13	42	Tinggi	54	Tinggi	51	Sedang	47	Tinggi
14	36	Sedang	52	Tinggi	48	Sedang	38	Sedang
15	37	Sedang	51	Tinggi	49	Sedang	38	Sedang
16	35	Sedang	54	Tinggi	45	Sedang	42	Tinggi
17	39	Sedang	46	Sedang	56	Tinggi	44	Tinggi
18	36	Sedang	46	Sedang	45	Sedang	39	Sedang
19	37	Sedang	32	Sedang	38	Sedang	31	Sedang
20	39	Sedang	41	Sedang	45	Sedang	33	Sedang
21	40	Sedang	47	Sedang	48	Sedang	38	Sedang
22	50	Tinggi	53	Tinggi	62	Tinggi	49	Tinggi
23	47	Tinggi	49	Tinggi	55	Tinggi	42	Tinggi
24	44	Tinggi	42	Sedang	54	Tinggi	34	Sedang
25	36	Sedang	49	Tinggi	57	Tinggi	39	Sedang
26	33	Sedang	41	Sedang	43	Sedang	31	Sedang
27	42	Tinggi	47	Sedang	49	Sedang	38	Sedang
28	43	Tinggi	51	Tinggi	51	Sedang	39	Sedang
29	44	Tinggi	48	Sedang	50	Sedang	43	Tinggi
30	34	Sedang	35	Sedang	51	Sedang	40	Sedang
31	34	Sedang	37	Sedang	47	Sedang	42	Tinggi
32	44	Tinggi	46	Sedang	50	Sedang	42	Tinggi
33	53	Tinggi	53	Tinggi	60	Tinggi	48	Tinggi
34	44	Tinggi	44	Sedang	52	Tinggi	46	Tinggi
35	38	Sedang	46	Sedang	53	Tinggi	44	Tinggi
36	32	Sedang	46	Sedang	58	Tinggi	46	Tinggi
37	40	Sedang	46	Sedang	50	Sedang	44	Tinggi
38	48	Tinggi	53	Tinggi	52	Tinggi	46	Tinggi

No	Lokasi	KTG	Harga	KTG	Keberagaman Produk	KTG	Minat Beli	KTG
39	38	Sedang	46	Sedang	48	Sedang	37	Sedang
40	41	Tinggi	41	Sedang	50	Sedang	35	Sedang
41	41	Tinggi	45	Sedang	55	Tinggi	40	Sedang
42	42	Tinggi	50	Tinggi	52	Tinggi	40	Sedang
43	27	Sedang	43	Sedang	51	Sedang	37	Sedang
44	35	Sedang	41	Sedang	51	Sedang	34	Sedang
45	37	Sedang	47	Sedang	46	Sedang	32	Sedang
46	40	Sedang	37	Sedang	38	Sedang	40	Sedang
47	33	Sedang	41	Sedang	44	Sedang	33	Sedang
48	40	Sedang	45	Sedang	53	Tinggi	40	Sedang
49	44	Tinggi	51	Tinggi	52	Tinggi	44	Tinggi
50	50	Tinggi	46	Sedang	52	Tinggi	35	Sedang
51	43	Tinggi	44	Sedang	55	Tinggi	43	Tinggi
52	41	Tinggi	44	Sedang	48	Sedang	42	Tinggi
53	53	Tinggi	51	Tinggi	62	Tinggi	48	Tinggi
54	35	Sedang	55	Tinggi	53	Tinggi	39	Sedang
55	39	Sedang	47	Sedang	49	Sedang	39	Sedang
56	43	Tinggi	47	Sedang	50	Sedang	34	Sedang
57	43	Tinggi	48	Sedang	52	Tinggi	44	Tinggi
58	42	Tinggi	54	Tinggi	54	Tinggi	47	Tinggi
59	38	Sedang	44	Sedang	49	Sedang	40	Sedang
60	37	Sedang	47	Sedang	44	Sedang	31	Sedang
61	41	Tinggi	49	Tinggi	47	Sedang	41	Tinggi
62	42	Tinggi	48	Sedang	52	Tinggi	42	Tinggi
63	34	Sedang	43	Sedang	49	Sedang	38	Sedang
64	42	Tinggi	45	Sedang	40	Sedang	35	Sedang
65	34	Sedang	40	Sedang	51	Sedang	43	Tinggi
66	39	Sedang	39	Sedang	51	Sedang	40	Sedang
67	37	Sedang	46	Sedang	47	Sedang	39	Sedang
68	35	Sedang	46	Sedang	52	Tinggi	45	Tinggi
69	43	Tinggi	50	Tinggi	45	Sedang	36	Sedang
70	42	Tinggi	44	Sedang	53	Tinggi	42	Tinggi
71	39	Sedang	37	Sedang	47	Sedang	37	Sedang
72	29	Sedang	38	Sedang	40	Sedang	38	Sedang
73	34	Sedang	44	Sedang	48	Sedang	42	Tinggi
74	37	Sedang	43	Sedang	46	Sedang	35	Sedang
75	41	Tinggi	46	Sedang	55	Tinggi	45	Tinggi
76	46	Tinggi	55	Tinggi	59	Tinggi	47	Tinggi
77	39	Sedang	44	Sedang	50	Sedang	37	Sedang
78	45	Tinggi	54	Tinggi	59	Tinggi	45	Tinggi

No	Lokasi	KTG	Harga	KTG	Keberagaman Produk	KTG	Minat Beli	KTG
79	41	Tinggi	36	Sedang	42	Sedang	33	Sedang
80	35	Sedang	49	Tinggi	50	Sedang	40	Sedang
81	41	Tinggi	49	Tinggi	48	Sedang	36	Sedang
82	42	Tinggi	45	Sedang	50	Sedang	35	Sedang
83	42	Tinggi	48	Sedang	46	Sedang	36	Sedang
84	42	Tinggi	48	Sedang	59	Tinggi	44	Tinggi
85	27	Sedang	39	Sedang	49	Sedang	30	Sedang
86	28	Sedang	36	Sedang	42	Sedang	30	Sedang
87	33	Sedang	35	Sedang	38	Sedang	27	Sedang
88	25	Rendah	37	Sedang	48	Sedang	28	Sedang
89	43	Tinggi	49	Tinggi	48	Sedang	41	Tinggi
90	42	Tinggi	41	Sedang	46	Sedang	36	Sedang
91	37	Sedang	36	Sedang	48	Sedang	33	Sedang
92	35	Sedang	47	Sedang	50	Sedang	40	Sedang
93	22	Rendah	47	Sedang	46	Sedang	31	Sedang
94	27	Sedang	39	Sedang	44	Sedang	28	Sedang
95	37	Sedang	41	Sedang	45	Sedang	40	Sedang
96	31	Sedang	38	Sedang	42	Sedang	33	Sedang
97	34	Sedang	41	Sedang	50	Sedang	35	Sedang
98	37	Sedang	42	Sedang	51	Sedang	39	Sedang
99	36	Sedang	38	Sedang	44	Sedang	28	Sedang
100	40	Sedang	38	Sedang	52	Tinggi	39	Sedang
101	40	Sedang	51	Tinggi	54	Tinggi	47	Tinggi
102	40	Sedang	43	Sedang	46	Sedang	36	Sedang
103	42	Tinggi	52	Tinggi	54	Tinggi	47	Tinggi
104	36	Sedang	43	Sedang	56	Tinggi	35	Sedang
105	42	Tinggi	41	Sedang	53	Tinggi	45	Tinggi
106	37	Sedang	40	Sedang	51	Sedang	37	Sedang
107	42	Tinggi	45	Sedang	45	Sedang	34	Sedang
108	36	Sedang	43	Sedang	44	Sedang	32	Sedang
109	36	Sedang	43	Sedang	55	Tinggi	37	Sedang
110	39	Sedang	44	Sedang	42	Sedang	33	Sedang
111	44	Tinggi	44	Sedang	52	Tinggi	39	Sedang
112	35	Sedang	49	Tinggi	46	Sedang	35	Sedang
113	44	Tinggi	46	Sedang	53	Tinggi	42	Tinggi
114	41	Tinggi	50	Tinggi	51	Sedang	41	Tinggi
115	46	Tinggi	47	Sedang	54	Tinggi	34	Sedang
116	43	Tinggi	48	Sedang	50	Sedang	44	Tinggi
117	42	Tinggi	49	Tinggi	47	Sedang	38	Sedang
118	35	Sedang	42	Sedang	48	Sedang	40	Sedang

No	Lokasi	KTG	Harga	KTG	Keberagaman Produk	KTG	Minat Beli	KTG
119	42	Tinggi	47	Sedang	57	Tinggi	41	Tinggi
120	42	Tinggi	46	Sedang	46	Sedang	42	Tinggi
121	46	Tinggi	52	Tinggi	52	Tinggi	47	Tinggi
122	47	Tinggi	52	Tinggi	51	Sedang	38	Sedang
123	36	Sedang	52	Tinggi	51	Sedang	38	Sedang
124	42	Tinggi	52	Tinggi	53	Tinggi	47	Tinggi
125	37	Sedang	48	Sedang	50	Sedang	43	Tinggi
126	29	Sedang	42	Sedang	52	Tinggi	40	Sedang
127	24	Rendah	44	Sedang	45	Sedang	37	Sedang
128	25	Rendah	52	Tinggi	53	Tinggi	37	Sedang
129	43	Tinggi	42	Sedang	50	Sedang	40	Sedang
130	35	Sedang	46	Sedang	54	Tinggi	37	Sedang
131	45	Tinggi	47	Sedang	48	Sedang	36	Sedang
132	36	Sedang	40	Sedang	41	Sedang	31	Sedang
133	32	Sedang	52	Tinggi	49	Sedang	36	Sedang
134	31	Sedang	44	Sedang	49	Sedang	41	Tinggi
135	33	Sedang	43	Sedang	54	Tinggi	33	Sedang
136	34	Sedang	44	Sedang	55	Tinggi	37	Sedang
137	39	Sedang	48	Sedang	50	Sedang	43	Tinggi
138	29	Sedang	42	Sedang	49	Sedang	33	Sedang
139	32	Sedang	51	Tinggi	51	Sedang	44	Tinggi
140	42	Tinggi	53	Tinggi	51	Sedang	41	Tinggi
141	43	Tinggi	48	Sedang	59	Tinggi	45	Tinggi
142	35	Sedang	43	Sedang	46	Sedang	40	Sedang
143	36	Sedang	49	Tinggi	59	Tinggi	38	Sedang
144	42	Tinggi	41	Sedang	52	Tinggi	40	Sedang
145	40	Sedang	43	Sedang	46	Sedang	36	Sedang
146	34	Sedang	44	Sedang	51	Sedang	34	Sedang
147	34	Sedang	45	Sedang	47	Sedang	40	Sedang
148	37	Sedang	48	Sedang	41	Sedang	39	Sedang
149	33	Sedang	45	Sedang	47	Sedang	38	Sedang
150	37	Sedang	48	Sedang	59	Tinggi	39	Sedang
151	46	Tinggi	40	Sedang	41	Sedang	31	Sedang
152	35	Sedang	48	Sedang	58	Tinggi	43	Tinggi
153	40	Sedang	44	Sedang	58	Tinggi	39	Sedang
154	37	Sedang	43	Sedang	46	Sedang	36	Sedang
155	44	Tinggi	45	Sedang	51	Sedang	34	Sedang
156	50	Tinggi	52	Tinggi	64	Tinggi	51	Tinggi
157	41	Tinggi	55	Tinggi	55	Tinggi	46	Tinggi
158	44	Tinggi	48	Sedang	47	Sedang	36	Sedang

No	Lokasi	KTG	Harga	KTG	Keberagaman Produk	KTG	Minat Beli	KTG
159	39	Sedang	38	Sedang	35	Sedang	27	Sedang
160	35	Sedang	42	Sedang	49	Sedang	35	Sedang
161	46	Tinggi	52	Tinggi	62	Tinggi	47	Tinggi
162	32	Sedang	52	Tinggi	51	Sedang	38	Sedang
163	40	Sedang	52	Tinggi	51	Sedang	38	Sedang
164	44	Tinggi	52	Tinggi	60	Tinggi	47	Tinggi
165	38	Sedang	48	Sedang	50	Sedang	43	Tinggi
166	33	Sedang	56	Tinggi	47	Sedang	40	Sedang
167	38	Sedang	44	Sedang	53	Tinggi	37	Sedang
168	46	Tinggi	52	Tinggi	62	Tinggi	37	Sedang
169	32	Sedang	36	Sedang	52	Tinggi	40	Sedang
170	40	Sedang	46	Sedang	54	Tinggi	37	Sedang
171	37	Sedang	47	Sedang	50	Sedang	36	Sedang
172	40	Sedang	43	Sedang	38	Sedang	31	Sedang
173	41	Tinggi	52	Tinggi	49	Sedang	36	Sedang
174	36	Sedang	44	Sedang	49	Sedang	41	Tinggi
175	34	Sedang	43	Sedang	54	Tinggi	33	Sedang
176	37	Sedang	44	Sedang	55	Tinggi	37	Sedang
177	33	Sedang	48	Sedang	50	Sedang	43	Tinggi
178	40	Sedang	42	Sedang	49	Sedang	33	Sedang
179	44	Tinggi	48	Sedang	58	Tinggi	44	Tinggi
180	39	Sedang	53	Tinggi	51	Sedang	41	Tinggi
181	32	Sedang	48	Sedang	59	Tinggi	45	Tinggi
182	46	Tinggi	32	Sedang	50	Sedang	40	Sedang
183	36	Sedang	49	Tinggi	59	Tinggi	38	Sedang
184	39	Sedang	41	Sedang	47	Sedang	40	Sedang
185	39	Sedang	43	Sedang	49	Sedang	36	Sedang
186	32	Sedang	44	Sedang	51	Sedang	34	Sedang
187	38	Sedang	45	Sedang	47	Sedang	40	Sedang
188	40	Sedang	48	Sedang	41	Sedang	39	Sedang
189	29	Sedang	45	Sedang	47	Sedang	38	Sedang
190	40	Sedang	48	Sedang	59	Tinggi	39	Sedang
191	31	Sedang	40	Sedang	47	Sedang	31	Sedang
192	33	Sedang	48	Sedang	58	Tinggi	43	Tinggi
193	44	Tinggi	44	Sedang	58	Tinggi	39	Sedang

No	Lokasi	KTG	Harga	KTG	Keberagaman Produk	KTG	Minat Beli	KTG
194	50	Tinggi	43	Sedang	48	Sedang	36	Sedang
195	36	Sedang	45	Sedang	51	Sedang	34	Sedang
196	53	Tinggi	52	Tinggi	64	Tinggi	51	Tinggi
197	46	Tinggi	56	Tinggi	54	Tinggi	46	Tinggi
198	41	Tinggi	48	Sedang	41	Sedang	36	Sedang
199	33	Sedang	36	Sedang	45	Sedang	27	Sedang
200	42	Tinggi	42	Sedang	49	Sedang	35	Sedang

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendapatan
1	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
2	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
3	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
4	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
5	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
6	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	< Rp500.000,00
7	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
8	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
9	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
10	<21 tahun	Laki-laki	Karyawan	< Rp500.000,00
11	<21 tahun	Perempuan	Karyawan	< Rp500.000,00
12	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
13	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
14	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
15	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
16	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
17	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
18	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
19	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
20	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
21	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
22	<21 tahun	Perempuan	Karyawan	< Rp500.000,00
23	<21 tahun	Perempuan	Karyawan	< Rp500.000,00
24	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
25	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
26	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
27	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
28	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
29	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
30	>50 tahun	Laki-laki	Karyawan	< Rp500.000,00
31	>50 tahun	Perempuan	Karyawan	< Rp500.000,00
32	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
33	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
34	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
35	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
36	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
37	21-30 tahun	Laki-laki	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
38	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00

No	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendapatan
39	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
40	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
41	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
42	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
43	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
44	<21 tahun	Perempuan	Karyawan	< Rp500.000,00
45	<21 tahun	Perempuan	Karyawan	< Rp500.000,00
46	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
47	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
48	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
49	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
50	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
51	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
52	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
53	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
54	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
55	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
56	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
57	<21 tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
58	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
59	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
60	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
61	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
62	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
63	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
64	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
65	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
66	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
67	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	< Rp500.000,00
68	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	< Rp500.000,00
69	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	< Rp500.000,00
70	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
71	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
72	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
73	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
74	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
75	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
76	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
77	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
78	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00

No	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendapatan
79	<21 tahun	Laki-laki	Karyawan	< Rp500.000,00
80	<21 tahun	Perempuan	Karyawan	< Rp500.000,00
81	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
82	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
83	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
84	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
85	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
86	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
87	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
88	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
89	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
90	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
91	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
92	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
93	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	< Rp500.000,00
94	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
95	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
96	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
97	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
98	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
99	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
100	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
101	21-30 tahun	Laki-laki	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
102	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
103	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
104	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
105	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
106	>50 tahun	Laki-laki	Lain-lain	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
107	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
108	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	< Rp500.000,00
109	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
110	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
111	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
112	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
113	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
114	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
115	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
116	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
117	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
118	>50 tahun	Laki-laki	Lain-lain	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00

No	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendapatan
119	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
120	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
121	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
122	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
123	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
124	<21 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	< Rp500.000,00
125	<21 tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
126	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
127	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
128	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
129	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
130	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
131	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
132	<21 tahun	Perempuan	Wiraswasta	< Rp500.000,00
133	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
134	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
135	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
136	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
137	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
138	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
139	>50 tahun	Laki-laki	Lain-lain	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
140	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
141	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
142	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
143	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
144	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
145	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
146	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
147	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
148	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
149	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
150	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
151	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
152	<21 tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
153	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
154	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
155	>50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
156	>50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
157	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
158	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00

No	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendapatan
159	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
160	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
161	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
162	<21 tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
163	<21 tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
164	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
165	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
166	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
167	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
168	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
169	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
170	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
171	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
172	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
173	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
174	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
175	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
176	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
177	>50 tahun	Laki-laki	Lain-lain	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
178	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
179	41-50 tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00
180	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
181	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
182	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
183	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
184	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
185	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
186	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
187	31-40 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
188	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
189	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
190	<21 tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
191	<21 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00
192	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
193	>50 tahun	Laki-laki	Lain-lain	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00

No	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pendapatan
194	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
195	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00
196	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
197	41-50 tahun	Perempuan	Wiraswasta	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00
198	31-40 tahun	Laki-laki	Karyawan	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
199	21-30 tahun	Perempuan	PNS	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00
200	<21 tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp500.000,00

HASIL UJI VALIDITAS CFA (TAHAP 1)

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy .		,546
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4299,009
	df	1431
	Sig.	,000

Rotated Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
Lokasi1				,717
Lokasi2				,796
Lokasi3				,752
Lokasi4				,789
Lokasi5				,721
Lokasi6				,683
Lokasi7				,818
Lokasi8				,732
Lokasi9				,737
Lokasi10				,681
Lokasi11				,392
Lokasi12				,557
Harga1			,632	
Harga2			,534	
Harga3			,317	
Harga4			,606	
Harga5			,628	
Harga6			,834	
Harga7			,750	
Harga8			,631	
Harga9			,773	
Harga10			,792	
Harga11			,744	
Harga12			,612	
Harga13			,726	
Harga14			,697	
Harga15			,444	
Produk1		,675		
Produk2		,636		
Produk3		,698		
Produk4		,627		
Produk5		,773		
Produk6		,750		
Produk7		,454		
Produk8		,746		
Produk9		,775		
Produk10		,783		
Produk11		,765		
Produk12		,789		
Produk13		,621		
Produk14		,607		
Produk15		,632		
Minat1	,843			
Minat2	,864			
Minat3	,811			
Minat4	,836			
Minat5	,792			
Minat6	,853			
Minat7	,863			
Minat8	,856			
Minat9	,829			
Minat10	,782			
Minat11	,769			
Minat12	,396			

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

HASIL UJI VALIDITAS CFA (TAHAP 2)

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy .		,649
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3937,155
	df	1176
	Sig.	,000

Rotated Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
Lokasi1				,723
Lokasi2				,800
Lokasi3				,762
Lokasi4				,799
Lokasi5				,735
Lokasi6				,663
Lokasi7				,823
Lokasi8				,729
Lokasi9				,731
Lokasi10				,682
Lokasi12				,553
Harga1			,634	
Harga2			,532	
Harga4			,591	
Harga5			,616	
Harga6			,845	
Harga7			,754	
Harga8			,630	
Harga9			,781	
Harga10			,799	
Harga11			,746	
Harga12			,615	
Harga13			,729	
Harga14			,692	
Produk1		,675		
Produk2		,640		
Produk3		,698		
Produk4		,637		
Produk5		,777		
Produk6		,756		
Produk8		,737		
Produk9		,771		
Produk10		,782		
Produk11		,772		
Produk12		,785		
Produk13		,627		
Produk14		,611		
Produk15		,642		
Minat 1	,849			
Minat2	,871			
Minat3	,809			
Minat4	,836			
Minat5	,798			
Minat6	,852			
Minat7	,870			
Minat8	,851			
Minat9	,823			
Minat10	,784			
Minat11	,758			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

HASIL UJI RELIABILITAS

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,910	12

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,915	11

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,904	15

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,910	13

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	15

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,925	14

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,951	12

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,957	11

HASIL UJI KARAKTERISTIK RESPONDEN**Frequencies**

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	<21 tahun	37	18,5	18,5	18,5
	21-30 tahun	36	18,0	18,0	36,5
	31-40 tahun	62	31,0	31,0	67,5
	41-50 tahun	44	22,0	22,0	89,5
	>50 tahun	21	10,5	10,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Laki-laki	49	24,5	24,5	24,5
	Perempuan	151	75,5	75,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	27	13,5	13,5	13,5
	PNS	36	18,0	18,0	31,5
	Kary awan	72	36,0	36,0	67,5
	Wiraswasta	48	24,0	24,0	91,5
	Lain-lain	17	8,5	8,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	< Rp500.000,00	44	22,0	22,0	22,0
	Rp500.000,00 - Rp1.000.000,00	54	27,0	27,0	49,0
	Rp1.000.000,00 - Rp2.500.000,00	51	25,5	25,5	74,5
	Rp2.500.000,00 - Rp5.000.000,00	32	16,0	16,0	90,5
	Rp5.000.000,00 - Rp10.000.000,00	19	9,5	9,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

RUMUS PERHITUNGAN KATEGORISASI

Lokasi					
Skor Max	5	x	11	=	55

Skor Max	5	x	11	=	55	
Skor Min	1	x	11	=	11	
Rentang	45	/	3	=	15,00	
Kategori	Skor					
Tinggi	:	X	≥	41,00		
Sedang	:	26,00	≤	X	<	41,00
Rendah	:	X	<	26,00		

HASIL UJI KATEGORISASI

Frequencies

Lokasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	77	38,5	38,5	38,5
	Sedang	119	59,5	59,5	98,0
	Rendah	4	2,0	2,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	50	25,0	25,0	25,0
	Sedang	150	75,0	75,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Keberagaman_Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	71	35,5	35,5	35,5
	Sedang	129	64,5	64,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Minat_Beli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	70	35,0	35,0	35,0
	Sedang	130	65,0	65,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

HASIL UJI DESKRIPTIF

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lokasi	200	22,00	53,00	38,6650	5,56215
Harga	200	32,00	56,00	45,6050	4,86387
Keberagaman_Produk	200	35,00	64,00	50,2200	5,27358
Minat_Beli	200	27,00	51,00	38,8650	4,95272
Valid N (listwise)	200				

HASIL UJI NORMALITAS

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Lokasi	Harga	Keberagaman_Produk	Minat_Beli
N		200	200	200	200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	38,6650	45,6050	50,2200	38,8650
	Std. Deviation	5,56215	4,86387	5,27358	4,95272
Most Extreme Differences	Absolute	,056	,061	,088	,059
	Positive	,054	,061	,088	,059
	Negative	-,056	-,057	-,057	-,046
Kolmogorov-Smirnov Z		,786	,866	1,243	,840
Asymp. Sig. (2-tailed)		,566	,442	,091	,481

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keberagaman_Produk, Lokasi, Harga ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat_Beli

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,706 ^a	,499	,491	3,53313

a. Predictors: (Constant), Keberagaman_Produk, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Minat_Beli

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2434,691	3	811,564	65,014	,000 ^a
	Residual	2446,664	196	12,483		
	Total	4881,355	199			

a. Predictors: (Constant), Keberagaman_Produk, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Minat_Beli

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,843	2,859		-,295	,768		
	Lokasi	,195	,049	,219	3,968	,000	,837	1,194
	Harga	,310	,060	,304	5,164	,000	,736	1,358
	Keberagaman_Produk	,359	,055	,382	6,548	,000	,751	1,332

a. Dependent Variable: Minat_Beli

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keberagaman _a Produk, Lokasi, Harga	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ABS_RES

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,124 ^a	,015	,000	1,82752

a. Predictors: (Constant), Keberagaman_Produk, Lokasi, Harga

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10,232	3	3,411	1,021	,384 ^a
	Residual	651,266	195	3,340		
	Total	661,498	198			

a. Predictors: (Constant), Keberagaman_Produk, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: ABS_RES

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,970	1,479		2,009	,046
	Lokasi	,026	,025	,081	1,040	,300
	Harga	-,048	,031	-,127	-1,533	,127
	Keberagaman_Produk	,023	,028	,067	,818	,414

a. Dependent Variable: ABS_RES

HASIL UJI REGRESI BERGANDA

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keberagaman_Produk, Lokasi, Harga	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat_Beli

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,706 ^a	,499	,491	3,53313

a. Predictors: (Constant), Keberagaman_Produk, Lokasi, Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2434,691	3	811,564	65,014	,000 ^a
	Residual	2446,664	196	12,483		
	Total	4881,355	199			

a. Predictors: (Constant), Keberagaman_Produk, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Minat_Beli

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,843	2,859		-,295	,768
	Lokasi	,195	,049	,219	3,968	,000
	Harga	,310	,060	,304	5,164	,000
	Keberagaman_Produk	,359	,055	,382	6,548	,000

a. Dependent Variable: Minat_Beli