

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum indogrosir kota makassar

Indogrosir makassar merupakan Perusahaan dagang dibidang ritel perkulakan modern yang menyajikan kebutuhan pokok sehari – hari para konsumen. indogrosir berdiri di cipinang pada November 1993 dan indogrosir merupakan merk dagang yang digunakan oleh PT. Inti Cakrawala Citra.

Indogrosir menyediakan total produk sekitar 6.000 item di masing-masing toko meliputi produk food, non food, general merchandise dan perishable. Gerai yang telah tersebar di seluruh Indonesia yaitu 28 gerai di kota – kota besar di Indonesia agar dapat memudahkan para konsumen dalam membeli kebutuhan sehari-hari baik dalam bentuk pribadi atau pun eceran.

Bukan hanya bisnis ritel yang indogrosir jalani, bisnis lain yang dijalani indogrosir yaitu system waralaba minimarket modern yang dinamakan OMI (outlet mitra indogrosir) dengan bekerjasama dengan koperasi pemerintahan maupun dengan swasta. Hal ini sangat membantu Masyarakat makassar terutama bagi para pedagang toko menjadi lebih mudah menemukan barang- barang yang diinginkan dengan harga grosir yang ditawarkan oleh indogrosir makassar.

B. Deskripsi responden

1. Karakteristik responden berdasarkan umur

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sampel yang di

ambil dari pelanggan indogrosir kota makassar, dari usia para reseller dan orang yang pernah berbelanja di indogrosir kota makassar.

Tabel 4. 1 karakteristik responden berdasarkan umur

No	umur	n	%
1	20 - 30 TAHUN	37	52,9
2	30 - 40 TAHUN	23	32,9
3	40 - 50 TAHUN	8	11,4
4	50 - 60 TAHUN	2	2,9
	TOTAL	70	100

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diatas menunjukkan total responden berjumlah 70 responden. Terdapat 37 responden pada usia 20- 30 tahun dengan presentase 52,9% , lalu responden pada umur 30-40 tahun berjumlah 23 responden dengan presentase 32,9% , responden pada umur 40 – 50 tahun berjumlah 8 responden dengan pesentase 11,4%, dan pada umur 50 – 60 tahun berjumlah 2 responden dengan presentase 2,9% . Dapat dilihat dari hasil yang telah didapatkan bahwa responden dengan umur 20 – 30 tahun dengan jumlah 37 responden dengan presentase 52,9% yang paling mendominasi,

hal ini dikarenakan beberapa responden adalah anak muda yang membantu orang tua untuk membeli stok barang toko mereka di indogrosir kota makassar dan juga pasangan - pasangan muda yang

membeli produk murah di indogrosir.

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Penelitian ini berasal dari pelanggan indogrosir kota makassar yang sudah pernah datang dan berkunjung, dan juga melakukan pembelian di indogrosir kota makassar.

Tabel 4. 2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	n	%
1	Laki -laki	18	25,7
2	perempuan	52	74,3
	Total	70	100

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan data yang diperoleh pada tabel 4.2 yaitu karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa terdapat responden berjenis kelamin laki – laki sebanyak 18 responden dengan presentase 25,7%, dan yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 52 responden dengan 74,3%. Dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh Perempuan dikarenakan Perempuan lebih aktif dalam hal transaksi.

3. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan juga dapat menentukan pelanggan di indogrosir kota makassar, ini dikarenakan pekerjaan berkaitan dengan transaksi jual beli kebutuhan sehari - hari dan juga merupakan reseller toko.

Tabel 4. 3 karakteristik berdasarkan pekerjaan

No	pekerjaan	n	%
1	Guru	1	1,4
2	Honorar	1	1,4
3	IRT	2	2,9
4	Karyawan	4	5,7
5	KTT	1	1,4
6	Mahasiswa	22	31,4
7	MD	1	1,4
8	Pelajar	1	1,4
10	Pns	2	2,9
11	Reseller	33	47,1
12	Wirawasta	2	2,9
	Total	70	100

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa reseller mendominasi dengan 33 responden presentasi 47,1%, itu dikarenakan reseller lebih aktif dalam berbelanja keperluan toko mereka, dan juga mahasiswa cukup mendominasi dengan 22 responden presentase 31,4% itu dikarenakan mahasiswa banyak yang membantu orang tua dan juga membeli keperluan pribadi yang lebih murah.

C. Deskripsi variabel

Tanggapan yang diberikan dai responden untuk masing – masing variabel kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan minat beli (Y) dianalisis melalui deskripsi frekuensi. Sebanyak 70 responden yang

diambil dari penelitian ini adalah pelanggan indogrosir kota makassar.

Dengan Teknik penyebaran kuesioner menggunakan metode *accidental sampling*.

D. Distribusi jawaban responden

Tabel 4. 4 distribusi frekuensi kualitas produk (X1)

NO	Indikator	Jawaban responden (orang) (%)										TOTAL	MEAN
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS(1)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	X1.1	20	28.6	28	40.0	17	24.3	5	7.1	0	0	273	3.90
2	X1.2	17	24.3	42	60.0	6	8.6	5	7.1	0	0	281	4.01
3	X1.3	17	24.3	38	54.3	10	14.3	5	7.1	0	0	3.95	4.00
Rata - rata skor variabel													3.97

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwatanggapan responden bervariasi, pertanyaan pertama X1.1 yang menyatakan bahwa “apakah produk indogrosir memiliki karakteristik yang baik” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 28 responden atau 40% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ tidak setuju” sebesar 5 responden atau 7,1% dan bila di rata – ratakan sebesar 3,90, masuk dalam kategori setuju.

Pada pertanyaan kedua X1.2 yang menyatakan bahwa “Apakah produk yang di perjualbelikan khususnya di indogrosir memiliki fungsi ataupun manfaat yang sangat memuaskan untuk konsumen dalam waktu tertentu atau sampai masa expired barang tersebut habis” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 42 responden atau 60% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ tidak setuju” sebesar 5 responden atau 7,1% dan bila di rata – ratakan sebesar 4,01,

masuk dalam kategori setuju.

Pada pertanyaan ketiga X1.3 yang menyatakan bahwa “ Apakah Produk indogrosir memiliki Daya tahan baik dari segi penggunaan produk maupun secara waktu penyimpanan berhari-hari.” ditanggapi responden paling banyak kategori kurang setuju sebesar 38 responden atau 54,3% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ tidak setuju” sebesar 5 responden atau 7,1% dan bila di rata – ratakan sebesar 4,00, masuk dalam kategori setuju.

Tabel 4. 5 distribusi frekuensi harga (X2)

NO	Indikator	Jawaban responden (orang) (%)										TOTAL	MEAN
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS(1)			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	X1.1	18	25.7	38	54.3	10	14.3	4	5.7	0	0	280	4.00
2	X1.2	19	27.1	35	50.0	11	15.7	5	7.1	0	0	278	3.97
3	X1.3	27	38.6	36	51.4	3	4.3	4	5.7	0	0	296	4.22
Rata - rata skor variabel													4.06

Sumber : data diolah 2024

Pada pertanyaan pertama X2.1 yang menyatakan bahwa” Apakah harga produk indogrosir terjangkau oleh konsumen” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 38 responden atau 54,3% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ tidak setuju” sebesar 4 responden atau 5,7% dan bila di rata – ratakan sebesar 4,00, masuk dalam kategori setuju.

Pada pertanyaan kedua X2.2 yang menyatakan bahwa” Apakah produk/barang yang diperjualbelikan di indogrosir memiliki kesesuaian harga terhadap konsumen setempat” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 35 responden atau 50,0% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ tidak setuju” sebesar 5 responden

atau 7,1% dan bila di rata – ratakan sebesar 3,97, masuk dalam kategori setuju.

Pada pertanyaan ketiga X2.3 yang menyatakan bahwa” apakah produk pada indogrosir dapat bermanfaat bagi setiap pelanggan/ konsumen ” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 36 responden atau 51,4% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ kurang setuju” sebesar 3 responden atau 4.3% dan bila di rata –ratakan sebesar 4.22, masuk dalam kategori setuju.

tabel 4. 6 distribusi frekuensi lokasi (X3)

NO	Jawaban responden (orang) (%)												
	Indikator	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS(1)		TOTAL	MEAN
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	X1.1	20	28.6	26	37.1	13	18.6	9	12.9	2	2.9	263	3.75
2	X1.2	29	41.4	27	38.6	9	12.9	4	5.7	1	1.4	289	4.12
3	X1.3	26	37.1	29	41.4	11	15.7	4	5.7	0	0	287	4.10
4	X1.4	19	27.1	37	52.9	11	15.7	2	2.9	1	1.4	281	4.01
Rata - rata skor variabel													3.99

Sumber : data diolah 2024

Pada pertanyaan pertama X3.1 yang menyatakan bahwa” apakah Lokasi indogrosir memiliki akses yang mudah di jangkau dan sering dilalui ” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 26 responden atau 37.1% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ sangat tidak setuju” sebesar 2 responden atau 2.9% dan bila di rata – ratakan sebesar 3.75, masuk dalam kategori setuju.

Pada pertanyaan kedua X3.2 yang menyatakan bahwa” Apakah Lokasi indogrosir dapat dilihatdengan jelas dari jarak pandang normal ” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 29 responden atau 41.4% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitukategori “ sangat tidak setuju” sebesar 1 responden atau 1.4% dan bila di

rata – ratakan sebesar 4.12, masuk dalam kategori setuju.

Pada pertanyaan ketiga X3.3 yang menyatakan bahwa” Apakah Tempat parkir indogrosir aman, nyaman, dan luas” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 29 responden atau 41.4% danpaling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ sangat tidak setuju” sebesar 4 responden atau 5.7% dan bila di rata – ratakan sebesar 4.10, masuk dalam kategori setuju.

Pada pertanyaan keempat X3.4 yang menyatakan bahwa” apakah Lingkungan disekitar indogrosir mendukung produk yang ditawarkan ” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 37 responden ataun 52.9% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ sangat tidak setuju” sebesar 1 responden atau 1.4% dan bila di rata – ratakan sebesar 4.00, masuk dalam kategori setuju.

Tabel 4.7 distribusi frekuensi minat beli (Y)

NO	Jawaban responden (orang) (%)												
	Indikator	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS(1)		TOTAL	MEAN
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	X1.1	20	28.6	26	37.1	13	18.6	9	12.9	2	2.9	263	3.75
2	X1.2	29	41.4	27	38.6	9	12.9	4	5.7	1	1.4	289	4.12
3	X1.3	26	37.1	29	41.4	11	15.7	4	5.7	0	0	287	4.10
4	X1.4	19	27.1	37	52.9	11	15.7	2	2.9	1	1.4	281	4.01
Rata - rata skor variabel													3.99

Sumber : data diolah 2024

Pada pertanyaan pertama Y.1 yang menyatakan bahwa” apakah Anda cenderung membeli produk di indogrosir ” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 33 responden atau 47.1% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ sangat tidak setuju” sebesar 1 responden atau 1.4% dan bila di rata – ratakan sebesar 3.91, masuk dalam kategori setuju.

Pada pertanyaan pertama Y.2 yang menyatakan bahwa” Apakah Anda cenderung mereferensikan produk kepada orang lain ” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 28 responden atau 40.0% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ sangat tidak setuju” sebesar 2 responden atau 2.9% dan bila di rata – ratakan sebesar 3.82, masuk dalam kategori setuju.

Pada pertanyaan pertama Y.3 yang menyatakan bahwa” Apakah Anda tertarik membeli produk di indogrosir setelah mendapat informasi dari teman atau kerabat ” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 28 responden atau 40.0% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ sangat tidak setuju” sebesar 2 responden atau 2.9% dan bila di rata – ratakan sebesar 3.91, masuk dalam kategori setuju.

Pada pertanyaan pertama Y.4 yang menyatakan bahwa” Apakah Anda cenderung mencari tahu informasi tentang produk di indogrosir ” ditanggapi responden paling banyak kategori setuju sebesar 26 responden atau 37.1% dan paling sedikit ditanggapi responden yaitu kategori “ sangat tidak setuju” sebesar 3 responden atau 4.3% dan bila dirata – ratakan sebesar 3.71, masuk dalam kategori setuju.

E. Analisis hasil penelitian

1. Hasil uji validitas dan reabilitas

a. Uji validitas

Uji validitas dapat dinyatakan valid jika suatu item pertanyaan yang ada pada kuesioner mampu digunakan untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Indikator dalam

kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung hasilnya lebih besar dari r tabel.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jika nilai dari validitas setiap pertanyaan lebih besar dari nilai koefisien korelasi (r) 0,30 maka, butir pertanyaan dianggap sudah valid rumus.

Jumlah responden yang ditentukan dalam penelitian ini adalah berjumlah 70 responden dengan taraf signifikansi adalah 0,50, maka didapatkan nilai (r_{tabel}) adalah 0,2352. Adapun hasil data tersebut bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8 uji validitas 70 responden

Variabel	Jumlah item pertanyaan	Kolerasi total item	r tabel	keterangan
Kualitas produk (X1)	X1.1	0.882	0.235	VALID
	X1.2	0.903	0.235	VALID
	X1.3	0.885	0.235	VALID
harga (x2)	X2.1	0.908	0.235	VALID
	X2.2	0.895	0.235	VALID
	X2.3	0.856	0.235	VALID
lokasi (x3)	X3.1	0.789	0.235	VALID
	X3.2	0.849	0.235	VALID
	X3.3	0.848	0.235	VALID
	X3.4	0.844	0.235	VALID
minat beli (y)	Y.1	0.814	0.235	VALID
	Y.2	0.912	0.235	VALID
	Y.3	0.898	0.235	VALID
	Y.4	0.848	0.235	VALID

Sumber : data diolah 2024

Tabel 4.8 menunjukkan jika skor untuk masing-masing pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan total skor, dapat dilihat bahwa (r_{hitung}) lebih besar dari (r_{tabel}). Dari seluruhnya valid sehingga bisa digunakan sebagai alat pengumpulan data pada penelitian ini

b. Uji realibilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pertanyaan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali (2013)).

Untuk mengukur reliabel, dari instrument penelitian dilakukan dengan cronbach's Alpha. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode one shot dimana pengukuran dilakukan hanya satu kali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban. Dalam pengukurannya one shot akan dilakukan dengan analisis cronbach's Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 4.9 uji reliabilitas 70 responden

variabel	<i>Alpha-cronbach</i>	keterangan
Kualitas produk (X1)	0.866	RELIABEL
Harga (X2)	0.864	RELIABEL
Lokasi (X3)	0.843	RELIABEL
Minat beli	0,889	RELIABEL

Sumber : data diolah 2024

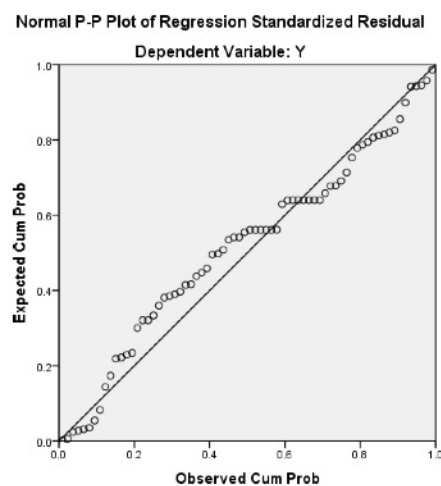
Tabel 4.9 Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai cronbach alpha dari masing masing item adalah 0.866, 0.864, 0.843, dan 0.889 atau lebih dari standar yaitu 0.60 sehingga dapat disimpulkan bahwa item item yang digunakan tergolong reliabel.

2. Hasil uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui uji bahwa uji mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidaknya dengan analisis grafik Normal P-P Plot P. Ghazali (2013).

Gambar 4. 1 uji normalitas



Sumber : data diolah 2024

Pada gambar 4.1 dilihat data menyebar digaris diagonal, artinya data distribusi normal. Maka dari itu model regresi pada penelitian ini dinyatakan layak dalam penelitian.

b. Uji multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Kriteria pengujian pada uji multikolinearitas, nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 menunjukkan adanya multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi. Ghazali (2013).

Tabel 4.10 uji multikolonieritas

variabel	<i>Collinearity statistic</i>		keterangan
	<i>Tolerance</i>	<i>Vif</i>	
X1 (kualitas produk)	0.237	4.222	Tidak terjadi multikolinieritas
X2 (harga)	0.195	5.121	Tidak terjadi multikolinieritas
X3 (lokasi)	0.244	4.097	Tidak terjadi multikolinieritas

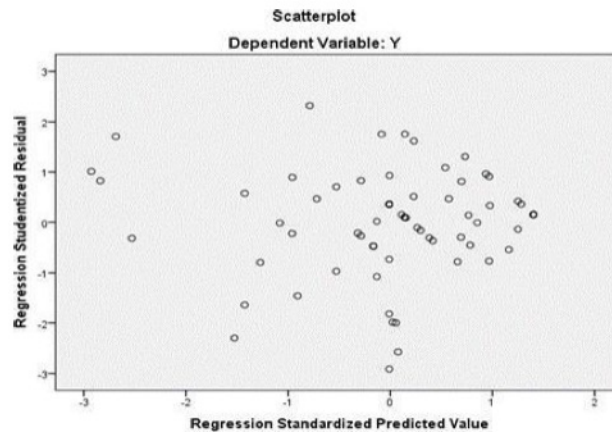
Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan tabel di atas, nilai Tolerance dari masing masing variabel adalah 0.237, 0.195, dan 0,244 atau Lebih dari 0.10 sedangkan nilai VIF dari masing masing variabel adalah 4.222, 5.121, dan 4.097. hasil ini menunjukkan bahwa nilai tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas di dalam penelitian

c. uji heteroskeditas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan. untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Ghazali (2013).

Gambar 4. 2 uji heteroskedasitas



Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa titik titik dalam diagram tersebut menyebar ke segala arah dan tidak terpusat di satu bidang sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak digunakan.

3. Uji hipotesis

a. Uji parsial (T)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen t. Sugiyoni (2014).

Tabel 4.11 uji parsial T

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.543	.323		-1.680	.098		
	X1	.363	.153	.302	2.371	.021	.237	4.222
	X2	.357	.175	.287	2.043	.045	.195	5.121
	X3	.375	.145	.324	2.583	.012	.244	4.097

a. Dependent Variable: Y

SUMBER : data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada variabel kualitas produk (X1) menunjukkan nilai signifikansi $0,021 < 0,05$ dan thitung $2,371 > T_{tabel} 1,997$, yang artinya pengaruh singnifikansi variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel minat beli (Y). maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H_a diterima.
- 2) Pada variabel harga (X2) menunjukkan nilai signifikansi $0,045 < 0,05$ dan thitung $2,043 > T_{tabel} 1,997$, yang artinya pengaruh singnifikansi variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel minat beli (Y). maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H_a diterima.
- 3) Pada variabel lokasi (X3) menunjukkan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$ dan thitung $2,583 > T_{tabel} 1,997$, yang artinya pengaruh singnifikansi variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel minat beli (Y). maka dari itu dapat disimpulkan bahwa H_a diterima.

b. Koefisien determinasi (R^2)

koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel

dependen atau minat beli (Y). nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu . nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel – variabel independent memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4.13 Hasil uji (R2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.746	.735	.46162

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, di dapat nilai koefisien determinasi (*Adjusted R square*) sebesar 0,746. Artinya 74,6% variabel minat beli (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), sedangkan sisanya sebesar 25,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Sedangkan nilai korelasi R (korelasi) sebesar 0,864 yang menggambarkan korelasi atau hubungan terkait dengan variabel bebas artinya adanya hubungan yang positif dan erat antara kualitas produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) terhadap minat beli (Y) sebesar 86,4%.

c. Analisis regresi linear berganda

Tabel 4.14 analisis regresi linear berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.543	.323		-1.680	.098		
	X1	.363	.153	.302	2.371	.021	.237	4.222
	X2	.357	.175	.287	2.043	.045	.195	5.121
	X3	.375	.145	.324	2.583	.012	.244	4.097

a. Dependent Variable: Y

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan pada tabel 4.14 tersebut, pada kolom unstandardized coefficients pada bagian B diperoleh nilai B1 kualitas produk (X1) sebesar 0,363, nilai B2 harga (X2) 0,357, nilai B3 lokasi (X3) 0,375, dan nilai konstanta – 0,543 maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = - 0,543 + 0,363 X1 + 0,357 X2 + 0,375 X3 + e$$

Persamaan pada regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai konstanta (a) -0,543 bernilai negatif artinya jika variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), lokasi (X3) tidak mengalami perubahan maka minat beli akan mengalami penurunan sebesar 0,543%
- Koefisien regresi kualitas produk X1 (B1) 0,363, menunjukkan besaran pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap minat beli (Y) jika variabel kualitas produk (X1) terhadap minat beli (Y) meningkat sebesar 1% maka akan menaikkan minat beli konsumen sebesar 0,363%.
- Koefisien regresi harga X2 (B2) 0,357, menunjukkan besaran

pengaruh variabel harga (X2) terhadap minat beli (Y) jika variabel harga (X2) terhadap minat beli (Y) meningkat sebesar 1% maka akan menaikkan minat beli konsumen sebesar 0,357%.

- d) Koefisien regresi lokasi X3 (B3) 0,375, menunjukkan besaran pengaruh variabel lokasi (X3) terhadap minat beli (Y) jika variabel lokasi (X3) terhadap minat beli (Y) meningkat sebesar 1% maka akan menaikkan minat beli konsumen sebesar 0,375%.

F. Pembahasan

A. Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap minat beli (Y)

Hasil yang diperoleh pada pengujian hipotesis yang pertama yaitu kualitas produk (X1) terhadap minat beli (Y) indogrosir kota makassar, yang didapat dari responden berjumlah 70 responden berusia 20 sampai 60 tahun dengan pekerjaan sebagai mahasiswa, reseller, irt, pegawai negeri dan lainnya dapat diketahui kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli dapat dilihat pada uji T nilai signifikansi kualitas produk kurang dari 0,05.

Kualitas produk dibentuk dari beberapa indikator yaitu kinerja produk, kehandalan, daya tahan. Hasil jawaban dari responden yang paling dominan terletak pada indikator kehandalan yaitu Apakah produk yang di perjualbelikan khususnya di indogrosir memiliki fungsi ataupun manfaat yang sangat memuaskan untuk konsumen dalam waktu tertentu atau sampai masa expired barang tersebut habis. Hal Itu dikarenakan produk yang ada di indogrosir sangat baik dari segi fungsi dan manfaat untuk seluruh konsumen

indogrosir kota makassar bisa dilihat dari jumlah data tertinggi dari konsumen yang banyak memilih bahwa produk indogrosir kota makassar memiliki kehandalan yang baik.

Nilai terendah pada variabel kualitas produk yaitu terletak pada pertanyaan Apakah Produk indogrosir memiliki karakteristik yang baik, itu dikarenakan beberapa konsumen mendapatkan pengalaman yang kurang baik, produk dalam keadaan kurang baik seperti sayuran yang kurang fresh, produk frozen food yang tidak beraturan di dalam freezer ,dll.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh septiana nur indah kusumaningtiyas (2021) tentang analisis pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi penjualan terhadap minat beli pao thai tea. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan program olah data spss versi 23 for windows.

Minat beli sangat berpengaruh oleh kualitas produk yang ditawarkan, jika kualitas produk yang ditawarkan oleh indogrosir kota makassar kurang baik maka pembeli akan menurun, maka itu kualitas produk yang baik akan memikat konsumen melakukan pembelian di indogrosir kota makassar.

B. Pengaruh harga (X2) terhadap minat beli

Hasil yang diperoleh pada pengujian hipotesis yang kedua yaitu harga (X2) terhadap minat beli (Y) indogrosir kota makassar, yang didapat dari responden berjumlah 70 responden berusia 20 sampai 60 tahun dengan pekerjaan sebagai mahasiswa, reseller, irt, pegawai negeri dan lainnya dapat diketahui harga secara parsial

harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli dapat dilihat pada uji T nilai signifikansi harga kurang dari 0,05.

harga dibentuk dari beberapa indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga, kesesuaian harga dengan manfaat . Hasil jawaban dari responden yang paling dominan terletak pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat dengan pertanyaan apakah produk pada indogrosir dapat bermanfaat bagi setiap pelanggan/ konsumen. hal Itu dikarenakan harga yang ditawarkan bukan hanya sekedar murah saja tapi memiliki manfaat untuk produk yang dijual kan bisa dilihat dari jumlah data tertinggi dari konsumen yang banyak memilih indikator kesesuaian harga dengan manfaat.

Nilai terendah pada variabel harga yaitu terletak pada pertanyaan Apakah produk/barang yang diperjualbelikan di indogrosir memiliki kesesuaian harga terhadap konsumen setempat, hal itu di karenakan konsumen lebih memilih berbelanja produk sayuran dan buah buahan di pasar ataupun hanya sekedar membeli barang kebutuhan yang akan di pakai di kios dekat rumah mereka dari pada harus memakan waktu masuk di indogrosir

Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Endah permata putri (2020) , pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli pakaian bayi (studi kasus toko istana bayi jalan Arifin achmad no 88 abc pekanbaru,riau). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh terhadap minat beli.

Minat beli sangat berpengaruh oleh harga yang ditawarkan, jika harga yang ditawarkan oleh indogrosir kota makassar terlalu mahal maka pembeli akan memilih opsi untuk membeli ke toko lain, maka itu harga yang baik akan memikat konsumen melakukan pembelian di indogrosir kota makassar.

C. Pengaruh lokasi (X3) terhadap minat beli (Y)

Hasil yang diperoleh pada pengujian hipotesis yang ketiga yaitu lokasi (X3) terhadap minat beli (Y) indogrosir kota makassar, yang didapat dari responden berjumlah 70 responden berusia 20 sampai 60 tahun dengan pekerjaan sebagai mahasiswa, reseller, irt, pegawai negeri dan lainnya dapat diketahui lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli dapat dilihat pada uji T nilai signifikansi lokasi kurang dari 0,05. lokasi dibentuk dari beberapa indikator yaitu akses, visibilitas, tempat parkir, lingkungan. Hasil jawaban dari responden yang paling dominan terletak pada indikator visibilitas Apakah Lokasi indogrosir dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal. Hal Itu dikarenakan lokasi indogrosir kota makassar berlokasi di pinggir jalan yang Dimana dapat dilihat dengan jarak pandang normal ,bisa dilihat dari jumlah data tertinggi dari konsumen yang banyak memilih indikator visibilitas.

Nilai terendah pada variabel lokasi yaitu terletak pada pertanyaan ” apakah Lokasi indogrosir memiliki akses yang mudah di jangkau dan sering dilalui, hal itu di karenakan jangkauan dari pusat kota yang jauh dan membutuhkan waktu tidak sebentar untuk

sampai di indogrosir.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Abdul Latief (2018), Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

D. Variabel paling berpengaruh dan yang tidak berpengaruh terhadap minat beli (Y)

1. Variabel paling berpengaruh di penelitian ini yaitu variabel lokasi, lokasi diukur dari 4 indikator yaitu akses, visibilitas, tempat parkir, dan lingkungan. objek penelitian ini memiliki lokasi yang sangat mudah didapatkan itu juga yang dapat mempermudah para reseller dari luar kota mudah mendapatkan letak indogrosir karena lokasinya yang berdekatan dari batas kota. Adapun lokasi indogrosir terdapat di bahu jalan yang membuat indogrosir dapat terlihat dari jarak pandang normal, yang dimaksud jarak pandang normal yaitu kita bisa melihat objek tanpa tertutup bangunan apapun. Tempat parkir di indogrosir sangat memadai, sangat luas dan juga nyaman. Adapun lingkungan disekitar yang mendukung produk atau jasa yang ditawarkan, indogrosir kota Makassar berada di Kawasan ramai penduduk yang memiliki toko atau kios-kios kecil yang dimana beberapa kebutuhan barang jualan mereka di beli di indogrosir.
2. Variabel yang tidak berpengaruh yaitu harga. Hal itu dikarenakan konsumen lebih fokus pada kualitas produk dari

harga. Jika produk indogrosir dianggap rendah kualitas produknya konsumen mungkin enggan membelinya meskipun harganya murah, adanya penawaran yang lebih baik atau lebih menarik dari pesaing. Konsumen juga lebih tertarik pada promosi atau penawaran selain harga, seperti diskon khusus, bonus produk atau program loyalitas.