

**ANALISIS KEPUTUSAN PEDAGANG SAYUR MEMILIH
PASAR RAYA MEDAN MEGA TRADE CENTRE
(Studi Kasus : Pasar Raya Medan Mega Trade Centre)**

S K R I P S I

Oleh :

SUHARMAN

NPM : 1504300269

Program Studi : AGRIBISNIS



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**ANALISIS KEPUTUSAN PEDAGANG SAYUR MEMILIH
PASAR RAYA MEDAN MEGA TRADE CENTRE
(Studi Kasus : Pasar Raya Medan Mega Trade Centre)**

Nama : Suharman
NPM : 1504300269

SKRIPSI

Oleh :

SUHARMAN
1504300269
AGRIBISNIS

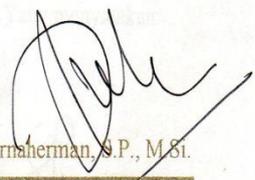
Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing



Muhammad Thamrin, S.P., M.Si.

Ketua



Surmaherman, S.P., M.Si.

Anggota

Disahkan Oleh :

Dekan



Ir. Ari Supriatna Manar, M.P.

Tanggal Lulus : 19 - 03 - 2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Suharman
NPM : 1504300269

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Keputusan Pedagang Sayur Memilih Pasar Raya Medan Mega Trade Centre (Studi Kasus : Pasar Raya Medan Mega Trade Centre) adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 19 Maret 2019
Yang menyatakan



Suharman

ABSTRAK

SUHARMAN (1504300269) dengan judul “**Analisis Keputusan Pedagang Sayur Memilih Pasar Raya Medan Mega Trade Centre**”. Studi Kasus Pasar Raya Medan Mega Trade Centre. Penelitian ini dibimbing oleh **Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si dan Bapak Surnaherman, S.P., M.Si**

Subsistem pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting dalam agribisnis, karena berhubungan dengan pasar, secara sederhana pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Pasar Raya Medan Mega Trade Centre (MMTC) merupakan pasar tradisional modern yang pengelolaannya dilakukan oleh perusahaan swasta yaitu PT. Deli Metropolitan diatas lahan seluas 7 Ha. Pasar ini terdiri dari pasar basah yang menjual sayuran, buah, ikan, daging dan pasar kering yang menjual busana, elektronik serta kuliner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang yang paling banyak yaitu sayuran sebesar 750 pedagang, kemudian ikan 90 pedagang, buah 80 pedagang, sembako 30 pedagang dan kuliner 30 pedagang. Pedagang sayur yang berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre merupakan pedagang baru dan juga pedagang yang berasal dari berbagai macam pindahan pasar, seperti pasar Sentral dan lain – lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa apakah lokasi, keamanan, harga sewa dan fasilitas berpengaruh keputusan pedagang memilih pasar raya Medan Mega Trade Centre dan untuk mengetahui apakah ada perbedaan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah berjualan di pasar raya Medan Mega Trade Centre. Pada penelitian ini menggunakan metode penentuan lokasi secara purposive (sengaja), metode penarikan sampel dengan teknik sampling bertujuan (purposive sampling), metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara serta observasi langsung, dan metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan uji f (serempak) dan uji t (parsial) untuk melihat pengaruh masing – masing variabel dan uji paired sample test untuk melihat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah berjualan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dari Uji F dapat dilihat bahwa $Sig\ 0,000 < 0,05$ sehingga tolak H_0 dan terima H_1 . Artinya variabel bebas lokasi (X_1), keamanan (X_2), harga sewa (X_3), dan fasilitas (X_4) berpengaruh secara nyata dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pedagang (Y). Uji T menunjukkan lokasi memiliki nilai $Sig\ 0,000 < 0,05$ sehingga tolak H_0 dan terima H_1 . Sedangkan keamanan (X_2), dan harga sewa (X_3), dan fasilitas (X_4) memiliki nilai $sig > 0,05$ sehingga Terima H_0 . Uji paired sample test disimpulkan $0,000 < 0,05$ maka terima H_1 . Artinya terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

Kata Kunci : *Pedagang Sayur, Pasar, Pendapatan, Faktor – Faktor Pentuan Lokasi Usaha*

ABSTRACT

SUHARMAN (1504300269) with the title "**Analysis of Vegetable Traders Decisions Choosing the Medan Mega Trade Center Market**". Case Study of Medan Mega Trade Center Market. This research was guided by **Mr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Sc and Mr. Surnaherman, S.P., M.Sc**

Subsystem marketing is a very important activity in agribusiness, because it deals with the market, the market is simply one of the most important institutions in economic institutions. Medan Mega Trade Center Market is a traditional modern market whose management is carried out by private companies namely PT. Metropolitan Deli on an area of 7 hectares. This market consists of a wet market that sells vegetables, fruit, fish, meat and dry markets that sell clothing, electronics and culinary. The results showed that the most traders were vegetables with 750 traders, then 90 fish traders, 80 fruit traders, 30 basic food traders and 30 culinary traders. Vegetable traders selling at Pasar Raya Medan Mega Trade Center are new traders and traders who come from various types of market movements, such as the Central market and others.

This study aims to find out and analyze whether location, security, rental prices and influential facilities of traders' decisions choose the Medan Mega Trade Center Market and to find out whether there are differences in merchant income before and after selling at the Medan Mega Trade Center Market. In this study using the method of determining the location purposively (intentional), sampling method with purposive sampling technique (purposive sampling), the method of data collection is done by interviews and direct observation, and methods of data analysis using multiple linear regression analysis using the f test (simultaneously) and t test (partial) to see the effect of each variable and paired sample test to see the difference in income before and after selling.

The results showed that From this F Test it can be seen that Sig 0,000 < 0,05 so reject H0 and accept H1. This means that the location independent variables (X1), security (X2), rental prices (X3), and facilities (X4) significantly and significantly affect the dependent variable, namely the traders' decision (Y). The T test shows the location has a Sig 0,000 < 0,05, so reject H0 and accept H1. While security (X2), and the rental price (X3), and facilities (X4) have a sig value > 0.05 so Accept Ho. The paired sample test concluded 0,000 < 0,05, then accept H1. This means that there are differences in income before and after selling at Medan Mega Trade Center Market.

Keywords: *Vegetable Traders, Market, Income, Factors Determining Business Location*

RIWAYAT HIDUP

Suharman lahir di Desa Tabuyung, Kecamatan Muara Batang Gadis, Kabupaten Mandailing Natal. Anak ke empat dari empat bersaudara dari Ayahanda bernama Sarimin dan Ibunda Kasmainur.

Pendidikan formal yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut :

1. Pada tahun 2003 masuk Sekolah Dasar (SD) yaitu SDN 142707 Tabuyung dan lulus pada tahun 2009.
2. Pada tahun 2009 masuk Sekolah Menengah Pertama (SMP) yaitu SMP Negeri 6 Muara Batang Gadis dan lulus pada tahun 2012.
3. Pada tahun 2012 masuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yaitu SMK N 1 Muara Batang Gadis dengan program studi Agribisnis Tanaman Perkebunan dan lulus pada tahun 2015.
4. Tahun 2014 bulan Februari mengikuti lomba pidato bahasa Inggris pada kompetisi Sultan Takdir Alisjahbana (STA) Awards.
5. Tahun 2014 bulan Oktober – Desember melaksanakan Praktek Kerja Industri (PRAKERIN) di PT. Anugerah Langkat Makmur Kebun Madina Estate II.
6. Pada tahun 2015 diterima menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis.
7. Tahun 2015 bulan November mengikuti kegiatan Darul Arqam Dasar (DAD) Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Pada tahun 2017 bulan April mengikuti Agriculture Debate Competition pada IMM Karnaval 3 oleh Pimpinan Komisariat Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Pada Tahun 2018 bulan Januari – Februari melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Perkebunan Nusantara III Silau Dunia.
10. Pada Desember 2018 melaksanakan penelitian dengan judul “**Analisis Keputusan Pedagang Sayur Memilih Pasar Raya Medan Mega Trade Centre**”.

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah kehadiran Allah SWT penulis hadiahkan atas segala karunia dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Teristimewa kedua orang tua penulis Ayahanda Sarimin dan Ibunda Kasmairur yang telah memberi dukungan berupa do'a, materi maupun moral sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Tersayang keluarga penulis, kakak Sarima dan Darima, serta abangda Sarman, Asdi Wardana, S.Pd dan Rifnaldi yang telah memberikan dukungan dan semangat, agar penulis meraih dan mewujudkan cita – cita.
3. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku Ketua Komisi Pembimbing penulis.
4. Bapak Surnaherman, S.P., M.Si. sebagai Anggota Komisi Pembimbing
5. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis
7. Para pedagang sayur yang menjadi responden penulis, yang telah meluangkan waktunya, sehingga penulis dapat mengumpulkan data, dan selanjutnya menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada pengelola pasar basah Medan Mega Trade Centre yang telah memberikan izin kepada penulis melakukan penelitian ditempat tersebut.
9. Sahabat – sahabat penulis Rivandi Simangunsong, M. Ihsan Syahputra, Lufpi Adi Guna, Mhd. Angga Pratama, Resha Juang Perkasa, Prayogi Pangestu,

Shabrina Dwi Puspita, Hafiza Ulpa Hasibuan, Agung Rifandy dan Fahmi Abdullah yang selalu memberikan support kepada penulis.

10. Teman – teman Agribisnis 6 penulis yang telah memberi dukungan dan masukan sehingga dapat membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu - persatu.
11. Abangda Rizky Ramadhan Tanjung S.Pd dan Bobi Setiawan Damanik, S.E yang telah memberikan masukan dan dukungan kepada penulis, sehingga memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan Skripsi penulis selanjutnya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih, Wassalam.

Medan, 19 Maret 2019

Penulis

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan Rahmat, Karunia dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tidak lupa penulis haturkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad Sallallahu Alaihi Wasallam. Skripsi ini merupakan suatu persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk menyelesaikan Studi Strata (S1) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul penelitian ini, “ **Analisis Keputusan Pedagang Sayur Memilih Pasar Raya Medan Mega Trade Centre**”. Penulis menyadari, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan juga pembaca pada umumnya. Akhir kata penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Medan, 19 Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
RIWAYAT HIDUP	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah.....	5
Tujuan Penelitian.....	5
Kegunaan Penelitian.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
Pengertian Sayuran.....	7
Pengertian Lokasi.....	7
Pasar Tradisional Dan Modren.....	13
Pendapatan	17
Pedagang	18
Penelitian Terdahulu.....	19
Kerangka Pemikiran	20
Hipotesis Penelitian	22
METODE PENELITIAN	23
Metode Penelitian	23
Metode Penentuan Lokasi.....	23
Metode Penarikan Sampel	23
Metode Pengumpulan Data	24
Metode Analisis Data	24

1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	25
2. Uji Asumsi Klasik.....	26
3. Analisis Regresi Linear Berganda	28
a. Uji Koefisien Determinan (R^2).....	29
b. Uji F (serempak).....	29
c. Uji T (parsial)	30
4. Uji t Sampel Berpasangan (Paired Sample Test).....	31
Defenisi dan Batasan Operasional.....	33
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	34
Letak dan Luas Daerah	34
Daerah Lokasi Penelitian	34
Sarana dan Prasarana Umum	36
Karakteristik Sampel	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
KESIMPULAN DAN SARAN	53
Kesimpulan.....	53
Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Blok dan Jenis Dagangan Pada Tahun 2018	4
2.	Jumlah Pedagang Pada Tahun 2018	4
3.	Daftar Potensi Pasar Raya Medan Mega Trade Center.....	35
4.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Umur	37
5.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Pendidikan.....	38
6.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Asal Pasar.....	39
7.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Pengalaman	39
8.	Uji Validitas Lokasi	40
9.	Uji Validitas Keamanan	40
10.	Uji Validitas Harga Sewa	41
11.	Uji Validitas Fasilitas	41
12.	Uji Validitas Keputusan	42
13.	Uji Reliabilitas	42
14.	Uji Multikolinearitas	43
15.	Uji Glejser.....	44
16.	Uji Normalitas PP Plot dan Kolmogorov - Smirnov.....	45
17.	Uji Koefisien Determinan (R^2)	46
18.	Uji F.....	47
19.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
20.	Uji T (Parsial)	48
21.	Uji T Sampel Berpasangan	51

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Pemikiran	18
2.	Struktur Organisasi.....	36
3.	Grafik Normal P – P Plot Of Regression Standardized Residual.	45

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Responden	58
2.	Pendapatan Pedagang Sayur	59
3.	Rekapitulasi Hasil Kuisioner	60
4.	Uji Validitas dan Reliabilitas Lokasi	61
5.	Uji Validitas dan Reliabilitas Keamanan	62
6.	Uji Validitas dan Reliabilitas Harga Sewa	63
7.	Uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas	64
8.	Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan	65
9.	Regresi Linear Berganda	66
10.	Uji Sampel Berpasangan	67
11.	Kuisioner Penelitian	68

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kegiatan agribisnis merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti, karena agribisnis bukan hanya sebatas tentang budidaya pertanian, namun terdiri dari beberapa subsistem kegiatan yang dimulai dari subsistem pengadaan barang dan sarana produksi, subsistem usaha tani, subsistem pengolahan hasil pertanian, subsistem pemasaran dan subsistem jasa layanan.

Subsistem pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting dalam agribisnis, karena berhubungan dengan pasar, secara sederhana pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi yang menggerakkan kehidupan ekonomi tidak terlepas dari aktivitas yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli. Aktivitas ekonomi pasar merupakan tempat dimana proses transaksi antara pembeli dan penjual berlangsung, serta sebagai tempat untuk mendapatkan alat pemuas kebutuhan dengan harga yang sesuai. Saat ini pasar tidak hanya menjadi tempat terjadinya transaksi jual beli tetapi pasar juga mulai dijadikan sebagai sarana penggerak perekonomian.

Salah satu sisi yang potensial dalam pengembangan pasar sebagai sarana tempat berdagang adalah pemerintah daerah dimana pasar tersebut terdapat. Karena dalam hal ini pedagang yang menempati pasar dapat memberikan kontribusi pemasukan bagi kas pemerintah daerah yang bersangkutan. Hal ini sebagaimana yang diterangkan didalam Peraturan Daerah tingkat II Kota Madya Medan No.3 Tahun 1987 tentang susunan organisasi Perusahaan Dagang (PD).

Pasar adalah pelaksanaan teknis pemerintah daerah dalam bidang perencanaan, pelaksanaan dan pengembangan pasar pasar di Kota Medan (Adawiyah, 2017).

Ditengah arus modrenitas, keberadaan pasar tradisional sebagai suatu budaya bangsa saat ini mencoba untuk bertahan dan mengembangkan diri agar mampu bersaing ditengah arus tersebut. Liberalisasi investasi yang makin tidak terbendung telah membuat pasar tradisional semakin terdesak dengan bermunculannya pasar modren yang menawarkan lebih banyak keunggulan komoditi, harga, serta kenyamanan(Candrawati,2015).

Pasar tradisional memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh pusat perbelanjaan modren yaitu adanya sistem tawar menawar yang menunjukkan keakraban antar penjual dan pembeli. Bangunan biasanya terdiri dari kios – kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan pedagang menjual kebutuhan sehari – hari seperti makanan berupa ikan, buah, sayur – sayuran, telur, daging, kain pakaian, barang elektronik, jasa dan lain – lain (Andriyani, 2016).

Sesuai dengan progam revitalisasi pasar tradisional oleh pemerintah pusat, dalam hal ini melakukan revitalisasi pasar dengan membangun 2.000 kios di komplek Medan Mega Trade Centre (MMTC) untuk para pedagang dilahan seluas 7 hektar yang terletak di Jalan Willem Iskandar yang akan beroperasi selama 24 jam. Pembangunan pasar ini sesuai dengan Nawacita sebagaimana tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun anggaran 2015-2019, yaitu sebanyak 5000 pasar yang didukung oleh pemberdayaan secara terpadu. Penyaluran dana revitalisasi pasar melalui Dana Alokasi Khusus (DAK) dan Tugas Pembantuan (TP). Prioritas pasar yang di revitalisasi adalah pasar-

pasar dengan yang berada di daerah tertinggal, terluar, dan perbatasan. Selain itu, kriteria juga meliputi pasar yang sudah berusia lebih dari 25 tahun, pasar yang mengalami bencana dan jalur distribusinya serta pasar darurat. Pasar tradisional sebagai tempat berlangsungnya berbagai transaksi perdagangan antara warga masyarakat sebagai konsumen dengan warga lainnya sebagai pedagang memang sangat penting untuk direvitalisasi. Selama ini pasar tradisional yang belum dibangun atau direvitalisasi itu biasanya identik dengan tempat yang kumuh dan becek, dan sulitnya untuk mendapatkan tempat parkir. Kondisi ini terjadi dari Sabang sampai Merauke. Melalui program revitalisasi kondisi itu akan berubah. Pasar yang sudah direvitalisasi memiliki tempat parkir yang luas sehingga yang berbelanja menggunakan mobil atau sepeda motor bisa parkir (Presiden.go.id).

Pasar Raya Medan Mega Trade Centre (MMTC) merupakan pasar tradisional modern yang pengelolaannya dilakukan oleh perusahaan swasta yaitu PT. Deli Metropolitan di atas lahan seluas 7 ha. pasar ini terdiri dari pasar basah yang menjual sayuran, buah, ikan, daging dan pasar kering yang menjual busana, elektronik serta kuliner. Pasar ini berada di daerah perbatasan antara Deli Serdang dan Kota Medan, lokasi pasar sangat strategis karena dekat dengan pemukiman masyarakat serta dekat dengan jalan raya. Pasar ini memiliki fasilitas berupa tempat parkir yang luas, kebersihan, lampu penerangan yang memadai, tempat rekreasi, kamar mandi dan musholla, serta beroperasi selama 24 jam. Pasar ini juga memiliki bentuk bangunan yang unik dari pasar tradisional lain yaitu bangunan yang tidak memiliki dinding atau tembok. Namun pasar ini dilengkapi dengan sistem pengawasan yaitu kamera CCTV untuk menjaga keamanan pasar serta security yang bekerja selama 24 jam. Selain itu harga sewa yang ditawarkan

pada pasar ini bervariasi yaitu dengan harga Rp.16.500.000 – Rp. 18.975.000/ tahun dengan ukuran 3 x 3 meter dan 3 x 5 meter.

Pada observasi awal yang dilakukan di Pasar Raya Medan Metropolitan Trade Center (MMTC) pada bulan Nopember 2018. Pasar basah sendiri terdiri dari blok A, B, C, D, E, dan F. Untuk jenis dagangannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1. Blok dan Jenis Dagangan Pada Tahun 2018

No	Blok	Jenis Dagangan
1.	A	Sayur
2.	B	Sayur
3.	C	Ikan
4.	D	Sayur
5.	E	Sayur
6.	F	Buah

Sumber : Pengelola Pasar MMTC, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jenis dagangan didominasi oleh sayuran, yang berada pada Blok A, B, D dan E. Sedangkan untuk ikan dan buah masing – masing hanya satu blok.

Tabel 2. Jumlah Pedagang Pada Tahun 2018

No	Jenis Dagangan	Jumlah Pedagang
1.	Sayuran	748
2.	Buah	89
3.	Ikan	90
4.	Sembako	30
5.	Kuliner	17
Total		974

Sumber : Pengelola Pasar MMTC, 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah pedagang yang paling banyak yaitu sayuran sebesar 748 pedagang, kemudian ikan 90 pedagang, buah 80 pedagang, sembako 30 pedagang dan kuliner 17 pedagang. Pedagang sayur yang

berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre merupakan pedagang baru dan juga pedagang yang berasal dari berbagai macam pindahan pasar, seperti pasar Sentral dan lain – lain. Oleh karena itu berdasarkan permasalahan – permasalahan diatas peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian tentang “**Analisis Keputusan Pedagang Sayur Memilih Pasar Raya Medan Mega Trade Centre**”

Rumusan Masalah

1. Apakah lokasi, keamanan, harga sewa dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pedagang memilih pasar raya Medan Mega Trade Centre?
2. Apakah terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di pasar raya Medan Mega Trade Centre?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah lokasi, keamanan, harga sewa dan fasilitas berpengaruh keputusan pedagang memilih pasar raya Medan Mega Trade Centre.
2. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah berjualan di pasar raya Medan Mega Trade Centre.

Kegunaan Penelitian

1. Manfaat teoritis penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan dan memperkaya teori mengenai analisis keputusan pedagang sayur dalam memilih pasar raya Medan Mega Trade Center.
2. Manfaat metodologis penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang penelitiannya relevan dengan bidang ini.
3. Manfaat praktis adalah hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada pemerintah, pengelola pasar raya Medan Mega Trade Centre.
4. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Sayuran

Menurut Peraturan Menteri Pertanian Nomor 48 Tahun 2009 Tentang Pedoman Budidaya Buah Dan Sayur Yang Baik (*Good Agriculture Practices For Fruit And Vegetables*) Tanaman Sayur adalah tanaman budidaya yang terdiri atas tanaman sayuran buah, tanaman sayuran daun, tanaman sayuran umbi, dan jamur.

1. Tanaman sayuran buah yaitu tanaman berbentuk buah, antara lain cabe merah, tomat, terong, kacang panjang, ketimun, paprika.
2. Tanaman sayuran daun yaitu tanaman berbentuk daun, antara lain kubis, sawi, kangkung, bayam, selada, bawang daun.
3. Tanaman sayuran umbi yaitu tanaman berbentuk umbi, antara lain kentang, bawang merah, bawang putih, wortel, lobak.
4. Jamur yaitu golongan tanaman yang tidak berdaun, tidak berbunga, tidak berakar dan tidak berklorofil serta dikembangbiakan melalui spora, antara lain jamur tiram, jamur kuping, jamur merang.

Pengertian Lokasi

Menurut Yusrita dan Andriany (2015) lokasi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam aktivitas usaha. Sehubungan dengan itu seorang pengusaha tidak dapat mengabaikan peran lokasi tempat usaha yang sangat penting ini. Banyak usaha yang sukses dijalankan di tempat tertentu, tetapi usaha yang sama terbukti gagal jika dilaksanakan di tempat lainnya.

Lokasi pemasaran adalah suatu wilayah atau tempat dimana perusahaan dapat menjalankan atau melaksanakan kegiatan pemasarannya kepada masyarakat. Jadi memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting yang

harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam memenuhi kebutuhan, karena pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis dalam menentukan tercapainya tujuan badan usaha (Fathoni, 2016).

Menurut Tjiptono 2008 (dalam Mardiana dan Annisa Rizki, 2017) pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terutama faktor-faktor berikut :

1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau.
2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas, menyangkut banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.

Memilih lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting. Pertama – tama ia merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan pengecer itu sendiri. Apakah si pengecer menyewa atau membeli, keputusan lokasi mempunyai implikasi yang permanen. Kedua lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa mendatang. Terakhir

lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu. Jika nilai lokasi memburuk, toko tersebut mungkin saja harus dipindahkan atau ditutup. Menurut Lamb, Hair and Mc Daniel (2001), faktor-faktor yang penting dalam pemilihan sebuah lokasi adalah:

1. Karakteristik sosial ekonomis sekitarnya
2. Arus lalu lintas
3. Biaya tanah
4. Peraturan kawasan
5. Transportasi publik
6. Keberadaan pesaing
7. Kemungkinan terlihat
8. Tempat parkir
9. Lokasi masuk dan keluar
10. Kemudahan akses.
11. Keselamatan dan keamanan.

Menurut Philip Kotler dan dan Kevin Lane Keller (2007) pengecer sudah terbiasa mengatakan bahwa ketiga kunci keberhasilan adalah “lokasi, lokasi, dan lokasi” mengingat hubungan antara lalu lintas pengunjung yang tinggi dan sewa tinggi, pengecer harus memutuskan lokasi mana yang paling menguntungkan untuk gerai – gerainya. Pengecer dapat menilai efektivitas penjualan toko tertentu dengan melihat empat indikator: (1) jumlah orang yang lewat pada hari biasa (2) persentase orang yang masuk ketoko tersebut, (3) persentasi orang yang masuk dan membeli, dan (4) jumlah rata – rata yang dibelanjakan untuk dibelikan.

Menurut Priyambodo dan Jati (2015) pada prinsipnya terdapat 3 faktor pertimbangan dalam memilih lokasi usaha :

1. Bahan baku, pasar dan ongkos transportasi

Pertimbangan bahan baku seperti mudah rusaknya bahan baku, berat dan volume secara langsung berpengaruh terhadap ongkos transportasi dan proses produksi. Usaha produksi menggunakan bahan baku yang mudah rusak lebih menguntungkan kalau memilih lokasi usaha berada didekat bahan baku.

2. Faktor lingkungan setempat

Pertimbangan faktor lingkungan setempat ini cukup banyak. Tentang kemungkinan pengadaan tenaga kerja yang murah dan mudah, pengaruh usaha terhadap lingkungan, jumlah dan tingkat sosial penduduk, adat istiadat, tingkat harga tanah, dan tersedianya bahan pembantu.

3. Faktor – faktor lain

Faktor lain yang dapat dijadikan bahan pertimbangan tambahan yaitu (1) fasilitas yang disediakan pemerintah seperti listrik, telepon, fasilitas jalan, prioritas pemerintah atau keringanan – keringanan dan bimbingan yang kerap kali dikaitkan dengan proyek – proyek pemerintah di daerah tertentu (2) peraturan – peraturan setempat perlu pula dipertimbangkan dan wajib dipenuhi.

Pemilihan tempat atau lokasi mempunyai peranan penting dalam suatu usaha atau bisnis, menurut Syiahbudhin dan Sopiah (2008) ada beberapa faktor dalam mempertimbangkan pilihan lokasi atau tempat agar konsumen tertarik yaitu :

1. Lalu lintas kendaraan

Bagi toko tertentu, faktor lebar kondisi jalan dan kemacetan akan menjadi nilai tambah atau nilai kurang bagi pengendara. Jalan yang lebar, mulus dan tidak begitu macet akan menjadi potensi yang baik bagi peritel, sebaliknya, jalan yang selalu macet meski lebar dan mulus akan mengurangi daya tarik suatu toko yang berlokasi disitu.

2. Fasilitas parkir

Untuk kota – kota besar, pertokoan atau pusat perbelanjaan yang memiliki fasilitas parkir yang memadai bisa menjadi pilihan yang lebih baik bagi peritel dibandingkan pertokoan yang fasilitas parkirnya tidak mencukupi. Fasilitas yang memadai mencakup area yang luas, tertata aman, cukup cahaya, bersih, dan pintu masuk dan keluar yang mudah.

3. Transportasi umum

Transportasi umum berupa bis dan angkot yang melintas di depan suatu pusat perbelanjaan atau pertokoan akan memberi daya tarik yang lebih tinggi karena banyak konsumen yang dengan mudah langsung masuk ke area perbelanjaan atau pertokoan itu.

4. Komposisi toko

Komposisi toko yang saling melengkapi akan menjadi tujuan belanja yang disebut *one - stop shopping*. Oleh karena itu sorang peritel yang hendak membuka toko dipertokoan atau dipusat perbelanjaan hendaknya mempelajari terlebih dahulu toko – toko apa saja yang ada disekitarnya. Toko yang saling melengkapi menimbulkan *affinity* (Letak berdirinya tokosejenis sinergi).

5. Lokasi spesifik

atau tata letak dimana sebuah gerai didirikan perlu dipertimbangkan. Letak berdirinya toko gerai seringkali dikaitkan dengan *visibility* (keterlihatan) yaitu mudah terlihatnya toko oleh pejalan kaki dan pengendara.

Menurut Kasmir (2013) keuntungan yang diperoleh dengan lokasi yang tepat antara lain :

1. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan
2. Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya
3. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau bahan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus – menerus
4. Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha karena biasanya sudah diperhitungkan untuk usaha perluasan lokasi sewaktu – waktu
5. Memiliki nilai atau harga ekonomi yang lebih tinggi dimasa yang akan datang
6. Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.

Pasar Tradisional dan Modern

Secara teoritis dalam ekonomi, pasar menggambarkan semua pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi aktual dan potensial terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Transaksi potensial ini dapat terlaksana, apabila kondisi berikut ini terpenuhi, yaitu :

1. Terdapat paling sedikit dua pihak.
2. Masing – masing pihak memiliki sesuatu yang mungkin dapat berharga dari pihak lain.
3. Masing – masingpihak mampu untuk berkomunikasi dan menyalurkan keinginannya.
4. Masing masing pihak bebas untuk menerima atau menolak penawaran dari pihak lain.

Dari uraian tersebut dapat dinyatakan bahwa pasar merupakan arena pertukaran potensial baik dalam bentuk fisik sebagai tempat berkumpul atau bertemunya penjual dan pembeli, maupun yang tidak berbentuk fisik, yang memungkinkan terlaksananya pertukaran, karena dipenuhinya syarat pertukaran yaitu minat dan citra serta daya beli (Assauri,2014)

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 70 Tahun 2013 Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, *plasa*, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha

berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Pusat perbelanjaan adalah suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horisontal, yang dijual atau disewakan kepada pelaku usaha atau dikelola sendiri untuk melakukan kegiatan perdagangan.

Dalam peraturan menteri perdagangan tersebut juga disebutkan bahwa toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran dengan bentuk *minimarket*, *supermarket*, atau *department store*.

Dari sisi kelembagaan, perbedaan karakteristik pengelolaan pasar modern dan pasar tradisional nampak dari lembaga pengelolanya. Pada pasar tradisional, kelembagaan pengelola umumnya ditangani oleh Dinas Pasar yang merupakan bagian dari sistem birokrasi. Sementara pasar modern, umumnya dikelola oleh profesional dengan pendekatan bisnis. Selain itu, sistem pengelolaan pasar tradisional umumnya terdesentralisasi di mana setiap pedagang mengatur sistem bisnisnya masing-masing. Pada pasar modern, sistem pengelolaan lebih terpusat yang memungkinkan pengelola induk dapat mengatur standar pengelolaan bisnisnya.

Menurut Peraturan tersebut, pendirian pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern wajib berpedoman pada rencana tata ruang wilayah dan rencana detail tata ruang wilayah Provinsi/Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasi. Pendirian pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern

wajib mematuhi ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah daerah dengan mempertimbangkan :

1. Tingkat kepadatan dan pertumbuhan penduduk dimasing – masing daerah sesuai data Badan Pusat Statistik tahun terakhir.
2. Potensi ekonomi daerah setempat.
3. Akseibilitas wilayah (arus lalu lintas).
4. Dukungan keamanan dan ketersediaan infrastruktur.
5. Perkembangan pemukiman baru.
6. Pola kehidupan masyarakat setempat
7. Jam kerja toko modren yang sinergi dan tidak mematikan usaha toko eceran tradisional di sekitarnya.

Lebih dalam lagi Pengelolaan pasar tradisional dapat dilakukan oleh koperasi, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), pengelolaan pasar tradisional memiliki peran antara lain dapat berupa :

1. Menambah jumlah pasokan barang dalam rangka menstabilkan harga.
2. Memastikan kesesuain standar berat dan ukuran (tertib ukur)
3. Melaksanakan pembinaan, pendampingan dan pengawasan kepada para pedagang.
4. Menyediakan ruang usaha bagi pedagang.

Kegiatan pembinaan, pendampingan dan pengawasan kepada para pedagang dilakukan melalui :

1. Peningkatan pelayanan kepada konsumen baik mengenai kualitas barang, kebersihan, takaran, kemasan, penyajian/penataan barang maupun dalam pemanfaatan fasilitas pasar.
2. Peningkatan kompetensi pedagang melalui, pendidikan, pelatihan dan penyuluhan.
3. Pembentukan paguyuban/kelompok pedagang dalam rangka menjangkau aspirasi para pedagang.

Dalam penyediaan ruang usaha bagi pedagang, pengelola pasar tradisional harus melakukan:

1. Penempatan pedagang dilakukan secara adil dan transparan serta memberi peluang yang sama bagi para pedagang.
2. Zonasi sesuai pengelompokkan barang.
3. Penempatan pedagang diarahkan untuk memberikan skala prioritas kepada para pedagang lama yang telah terdaftar pada kantor pengelola pasar.
4. Apabila terdapat kelebihan atau pengembangan tempat usaha, skala prioritas diberikan kepada :
 - a. Pedagang lama yang tidak memiliki izin resmi
 - b. Pedagang yang menyewa tempat usaha dari pedagang resmi
5. Pembagian wilayah tempat usaha ditujukan agar lokasi usaha setiap pedagang memiliki kesempatan yang sama untuk dikunjungi.

Menurut Asakdiyah 2004 (dalam Wahyono, 2017) pasar tradisional berfungsi sebagai berikut:

1. Sebagai fasilitas umum untuk melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat. Meskipun secara fisik suasana berbelanja di pasar tradisional kurang menyenangkan, namun pasar tradisional mempunyai jangkauan pelayanan yang luas kepada masyarakat.
2. Sebagai pusat perdagangan kota. Pasar merupakan unsur penggerak kegiatan perekonomian kota dan sebagai unsur utama pembentuk struktur tataruang kota. Oleh karena itu, kawasan perdagangan kota pada umumnya tumbuh dan berkembang dari adanya pasar, dimana intensitas kegiatannya semakin meningkat sesuai dengan perkembangan kota dan kebutuhan masyarakat. Selanjutnya, pasar dapat berkembang lebih luas lagi sebagai pusat perdagangan yang melayani seluruh kota atau bahkan kawasan regional.
3. Fungsinya sebagai stabilitas harga, tempat pembentukan harga eceran bagi berbagai komoditas, dan menyediakan peluang untuk memperoleh pendapatan. Selain penjual eceran, banyak kelompok masyarakat yang dapat memperoleh pendapatan dari aktivitas ekonomi pasar baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung pasar memberi kesempatan pekerjaan dan berusaha kepada, tukang parkir, pemasok barang, buruh angkut, penjaga malam, rentenir, pengemis dan pemulung.

Pendapatan

Dalam kegiatan perusahaan, keuntungan ditentukan dengan cara mengurangkan berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh. Biaya yang dikeluarkan meliputi pengeluaran untuk bahan mentah, pembayaran upah, pembayaran bunga, sewa tanah, dan penghapusan (depresiasi).

Apapun hasil penjualan yang diperoleh dikurangi dengan biaya – biaya tersebut nilainya adalah positif maka diperoleh keuntungan (Sukirno, 2009).

Tujuan pokok dijalankannya suatu usaha perdagangan adalah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan kelangsungan hidup usaha perdagangannya. Pendapatan yang diterima adalah dalam bentuk uang, dimana uang adalah merupakan alat pembayaran atau alat pertukaran (Setiana, 2016).

Pedagang

Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang. pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjualan, usaha kerajinan, atau usaha pertukangan kecil (Peraturan Daerah No. 10 Tahun 1998). Pedagang dapat dikategorikan menjadi:

1. Pedagang grosir, beroperasi dalam rantai distribusi antara produsen dan pedagang eceran.
2. Pedagang eceran, disebut juga pengecer, menjual produk komoditas langsung ke konsumen. Pemilik toko atau warung adalah pengecer.

Pasar tradisional pedagang dibedakan menjadi dua, yaitu pedagang kios dan pedagang non kios.

1. Pedagang kios

Pedagang kios adalah pedagang yang menempati bangunan kios di pasar.

2. Pedagang non kios

Pedagang non kios adalah pedagang yang menempati tempat berjualan selain kios, yaitu dalam los, luar los, dasaran dan playon.

Sedangkan pedagang pasar adalah orang yang menyelenggarakan pembelian dan penjualan barang bertempat di pasar untuk tujuan mencari nafkah (Romah,2017).

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan Berutu (2017) tentang pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pedagang menyewa kios study kasus perusahaan daerah pusat pasar Sidikalang. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda kesimpulan bahwasanya faktor lokasi dan harga memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam pertimbangan pedagang untuk menyewa kios.

Menemukan penelitian yang dilakukan oleh Azhad dan Lesmana (2016) dengan judul analisis keputusan pedagang dalam memilih stan penjualan di Pujasera Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh lokasi stan penjualan, keamanan bagipengunjung dan penyewa, promosi, fasilitas stan penjualan, besarnya harga beli atau sewa stan penjualan, dan desain stan terhadap perilaku pedagang dalam menempati stan penjualan pada Pujasera. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas Lokasi (X1), Keamanan (X2), Promosi(X3), Fasilitas (X4), Harga (X5), dan Desain (X6) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pedagang dalam menempati stan penjualan di Pujasera Jember (Y).

Penelitian yang dilakukan Anggraini Dkk (2016) tentang pengaruh lokasi, fasilitas, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian studi pada pasar Seni Guwang Sukawati. Penelitian ini dilakukan di pasar seni Guwang Sukawati dengan variabel independen adalah lokasi, fasilitas, dan pelayanan. Variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian. Analisis regresi linier

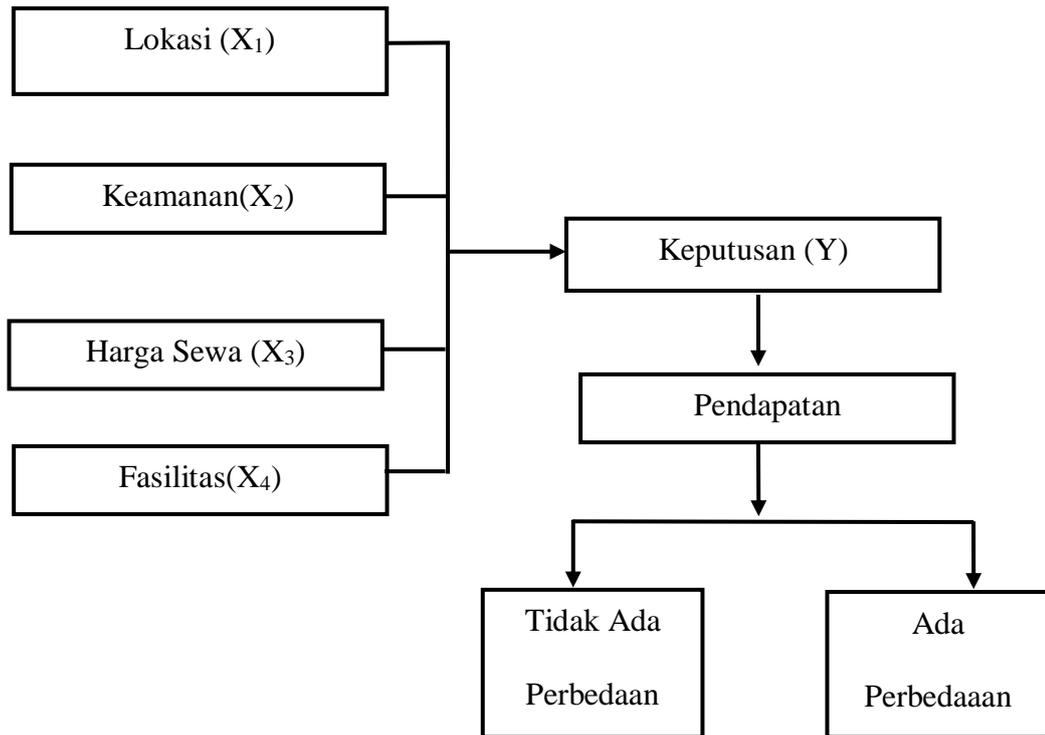
digunakan untuk menentukan pengaruh lokasi, fasilitas, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hasil yang diperoleh diketahui bahwa lokasi, fasilitas, dan pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian.

Menemukan penelitian yang dilakukan oleh Aprilia (2017) tentang dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang dipasar Bulu Semarang, penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang di pasar Bulu Semarang. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan model interaktif dan uji t sampel sampel berpasangan. Hasil menunjukkan bahwa revitalisasi berdampak pada penurunan pendapatan pedagang, dibuktikan dengan hasil uji t sampel berpasangan diperoleh hasil $t_{hitung} = 2,064$ dengan probabilitas $0,000 < 0,05$. Rata – rata pendapatan pedagang sebelum revitalisasi sebesar Rp. 5.280.000, sedangkan sesudah revitalisasi sebesar Rp. 3.360.000. kesimpulan dalam penelitian ini adalah revitalisasi berdampak pada penurunan pendapatan pedagang di pasar Bulu Semarang.

Kerangka Pemikiran

Keputusan pedagang untuk berjualan komoditi pertanian salah satunya harus mempertimbangkan tempat berjualan. Karena tempat berjualan merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam suatu usaha. Terutama bagi pedagang yang memilih tempat baru untuk berjualan, karena akan berdampak pada kondisi usaha. banyak faktor – faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pedagang dalam memilih suatu tempat atau lokasi seperti yang sudah dijelaskan secara rinci pada tinjauan pustaka diatas, diantaranya lokasi, harga sewa, keamanan dan fasilitas.

Dengan lokasi yang baik memungkinkan pedagang mendapatkan konsumen dengan mudah, sehingga akan berdampak pada peningkatan pendapatan atau penurunan pendapatan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada kerangka pemikiran berikut ini :



Gambar 1 : Skema Pemikiran

Keterangan :

- Hubungan
- Pengaruh Variabel

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian adalah :

1. Diduga Variabel Lokasi, Keamanan, Harga Sewa dan Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pedagang memilih pasar raya Medan Mega Trade Centre.
2. Diduga Ada perbedaan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah berjualan di pasar raya Medan Mega Trade Centre.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (case study). Menurut Manurung dkk (2015) penelitian studi kasus bertujuan untuk mengeksplorasi mengkaji suatu kasus yang spesifik, khas, unik. Kasus digali secara mendalam untuk mendapatkan informasi dan fakta yang sebenarnya mengenai suatu kejadian, apa dan mengapa sesuatu kasus bisa terjadi.

Penelitian ini dilakukan didasarkan atas kejadian atau fenomena yang terjadi pada para pedagang sayur di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre. Tujuan dari studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara detail tentang latar belakang, sifat-sifat khas dari kasus atau status individu, yang kemudian sifat-sifat khas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

Metode Penentuan Lokasi

Metode penentuan lokasi dilakukan secara purposive (sengaja) berdasarkan pertimbangan Pasar Raya Medan Mega Trade Centre merupakan pasar tradisional berbasis modern yang baru diresmikan pada tahun 2017 di lokasi perbatasan antara Medan dan Deli Serdang.

Metode Penarikan Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan *Non probability Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2016) non probability sampling adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *Non Probability Sampling* yang dipilih yaitu menggunakan teknik sampling bertujuan (purposive sampling).

Menurut Akbar dan Usman (2009) teknik ini digunakan apabila anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitiannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang sayur pindahan. Responden yang penulis pilih adalah pedagang pindahan baik dari pasar manapun, sebanyak 30 orang. Sesuai dengan menurut Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982:253) memberikan saran – saran tentang ukuran sampel yang layak untuk penelitian antara 30 sampai 500 (Sugiyono, 2016).

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam menyusun penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan dengan wawancara dan menggunakan kuisioner. Menurut Sugiyono (2016) kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yaitu pedagang sayur Pasar Raya Medan Mega Trade Centre dengan menggunakan skala *likert*. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu diberi skor sangat setuju (5), setuju (4), ragu – ragu/kurang setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju diberi skor (1). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari instansi terkait yaitu pengelola Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

Metode Analisis Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program *SPSS* dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel kemudian dijelaskan secara deskriptif.

Sebelum data diuji dengan alat pengujian, diperlukan beberapa beberapa langkah pengujian data terlebih dahulu, yaitu:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuisiner, Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuisiner layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

a. Uji Validitas

Menurut Prawoto dan Basuki (2016), uji ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Momen*. Dalam uji ini, setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel yang dimaksud. Dalam hal ini masing – masing item yang ada di dalam variabel X dan Y akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut. Agar penelitian lebih teliti, sebuah item sebaiknya memiliki korelasi (r) dengan skor total masing – masing variabel $\geq 0,25$. Rumus yang digunakan untuk uji validitas yaitu :

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n (\sum X^2) - (\sum X)^2] [n (\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

n : Jumlah responden

X : Skor variabel (jawaban responden)

Y : Skor total variabel untuk responden n

b. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2012), uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan dengan menggunakan alat

pengukuran yang sama pula. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach* digunakan untuk menentukan instrumen penelitian reliabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala atau jawaban yang menginterpretasikan penilaian sikap. Menurut Prawoto dan Basuki (2016), Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,5$ dengan rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel
 X : Nilai skor yang dipilih
 σ_t^2 : Varians total
 $\sum \sigma_b^2$: Jumlah varians butir
 k : Jumlah butir pertanyaan
 r_{11} : Koefisien reliabilitas instrumen

2. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi untuk menguji hipotesis penelitian. Analisis regresi mengharuskan beberapa asumsi yang harus dipenuhi yaitu, sebagai berikut :

a. Uji Multikolinearitas

Menurut Prawoto dan Basuki (2016) uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan

melihat nilai *tolerance* serta nilai *Varians Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengujian yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Prawoto dan Basuki (2016) Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara uji glejser dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi (sig) $> 0,05$ maka model tidak mengandung heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Selain itu dapat juga dilakukan dengan cara *kolmogorov – smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi (sig) $> 0,05$ maka data penelitian tersebut berdistribusi normal.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah data diuji dan telah memenuhi syarat pengujian maka data dianalisis, **untuk menganalisis rumusan masalah pertama** yang sesuai dengan hipotesisnya menggunakan analisis regresi linear berganda. Menurut Prawoto dan Basuki (2016) Analisis regresi linear berganda adalah teknik statistika untuk membuat model dan menyelidiki pengaruh antara satu atau beberapa variabel bebas (*Independent variables*) terhadap satu variabel respons (*Dependent variables*).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pedagang

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel X_1 , dan seterusnya.

X_1 = Lokasi

X_2 = Keamanan

X_3 = Harga sewa

X_4 = Fasilitas

e = Error

Suatu perhitungan secara statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya, disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

Model regresi yang sudah memenuhi syarat asumsi klasik akan digunakan untuk menganalisis kelanjutan data melalui pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

$$KP = (R_{X_1, X_2, X_3, X_4, Y})^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KP : Besarnya koefisien penentu

R : Koefisien korelasi

b. Uji F (Serempak)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya (X_1, X_2, X_3, X_4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang nyata atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

$$F_{hitung} = \frac{(R_{X_1, X_2, X_3, X_4, Y})^2 - (n - m - 1)}{m (1 - R^2_{X_1, X_2, X_3, X_4, Y})}$$

Keterangan :

m : Jumlah variabel bebas

n : Jumlah responden

R : Koefisien korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat

Bentuk pengujiannya adalah:

$H_0 : X_1=X_2=X_3=X_4=0$ artinya Variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) secara serempak tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat (Y).

$H_1 : X_1 \neq X_2 \neq X_3 \neq X_4 \neq 0$ artinya Variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) secara serempak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria uji sebagai berikut :

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_1 diterima

c. Uji T (Parsial)

Uji – t ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh masing – masing variabel bebas (X_1, X_2, X, X_4) terhadap variabel terikat (Y) apakah nyata atau tidak.

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{bi}}$$

Keterangan :

b_i : Nilai konstanta

S_{bi} : Standar *error*

Bentuk pengujiannya adalah:

$H_0 : X_1, X_2, X_3, X_4 = 0$ artinya Variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) secara individu tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat (Y).

$H_1 : X_1, X_2, X_3, X_4 \neq 0$ artinya Variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) secara individu berpengaruh nyata terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria uji sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka H_1 diterima.

4. Uji t Sampel Berpasangan (Paired Sample Test)

Untuk menganalisis rumusan masalah yang kedua yang sesuai dengan hipotesisnya menggunakan uji t Sampel Berpasangan (Paired Sample Test). Untuk mengetahui perbedaan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre menggunakan Uji dua rata – rata untuk sampel tak bebas. Menurut Kadir (2015), pengertian sampel tak bebas adalah sampel yang keberadaannya saling mempengaruhi (berkorelasi). Distribusi kedua data sampel tidak independen tetapi secara rasional (berkorelasi). Eksensi dari analisis perbedaan dua rata – rata sampel tak bebas adalah bahwa kedua data yang ingin diuji perbedaannya berasal dari satu kelompok sampel yang sama yang menghasilkan dua distribusi data.

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} - 2r \left(\frac{s_1}{\sqrt{n_1}}\right) \left(\frac{s_2}{\sqrt{n_2}}\right)}}$$

Sumber: Sugiyono, 2016

Dimana :

\bar{X}_1 : Rata – rata pendapatan pedagang sebelum pindah ke Pasar Raya Medan Mega Trade Centre

\bar{X}_2 : Rata – rata pendapatan pedagang sesudah pindah ke Pasar Raya Medan Mega Trade Centre

s_1 : Simpangan baku pendapatan pedagang sebelum pindah ke Pasar Raya Medan Mega Trade Centre

s_2 : Simpangan baku pendapatan pedagang sesudah pindah ke Pasar Raya Medan Mega Trade Centre

S_1^2 : Varians pendapatan pedagang sebelum pindah ke Pasar Raya Medan Mega Trade Centre

S_2^2 : Varians pendapatan pedagang sesudah pindah ke Pasar Raya Medan Mega Trade Centre

r : Korelasi antara data dua kelompok

Uji beda rata – rata untuk sampel tak bebas diuji menggunakan SPSS Versi

22. dengan hipotesis :

1. $H_0 : I_{\text{Sebelum}} = I_{\text{Sesudah}}$
2. $H_1 : I_{\text{Sebelum}} \neq I_{\text{Sesudah}}$

Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika $\text{sig} > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga tidak terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.
2. Jika $\text{sig} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

Defenisi dan Batasan Operasional

1. Penelitian dilakukan di pasar raya Medan Mega Trade Centre Sampel yang diteliti adalah pedagang Sayuran pindahan dan Penelitian dilakukan pada tahun Desember 2018 dan selesai pada Februari 2019.
2. Pedagang pindahan adalah pedagang yang sebelumnya berjualan di pasar lain, dan kemudian memilih Pasar Raya Medan Mega Trade Centre sebagai tempat berjualan
3. Faktor yang mempengaruhi pemilihan tempat berjualan yaitu Lokasi, Keamanan, Harga Sewa dan Fasilitas.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Derah

Pasar Raya Medan Mega Trade Center didirikan pada tanggal 7 Oktober 2016 dibawah pengelolaan PT. Deli Metropolitan dan diresmikan pada tanggal 15 Oktober 2017. Pasar Raya Medan Mega Trade Centre terletak di Dusun VII, Desa Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang dengan luas 7 Hektar.

Daerah Lokasi Penelitian

Pasar Raya Medan Mega Trade Center adalah bertemunya penjual dan pembeli secara langsung melakukan transaksi jual beli yang biasanya dengan pola tawar menawar, pembayaran secara tunai, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios dan grosir yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Umumnya menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan berupa buah, sayuran-sayuran, telur, pakaian dan lain-lain. Pasar Raya Medan Mega Trade Center yang terletak di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, kawasan Pasar Raya Medan Mega Trade Center terletak di komplek Medan Mega Trade Center Dusun VII Jalan Williem Iskandar.

Untuk kelancaran administrasi pasar ini di pimpin oleh seorang kepala pasar dibantu oleh staff dan beberapa petugas seperti koordinator pedagang, koordinator kebersihan dan keamanan pasar. Kegiatan pemasaran tidak cukup hanya ada jalan distribusi antara produsen dan konsumen, seperti adanya

distributor, agen, pedagang dan lain-lain. Namun tidak kalah pentingnya juga harus ada ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai.

a. Potensi Pasar

Untuk mengetahui berapa besar potensi pasar dapat dilihat dari tabel berikut sesuai dengan data yang diperoleh langsung dari kantor pengelola Pasar Raya Medan Mega Trade Center.

Tabel 3. Daftar Potensi Pasar Raya Medan Mega Trade Center

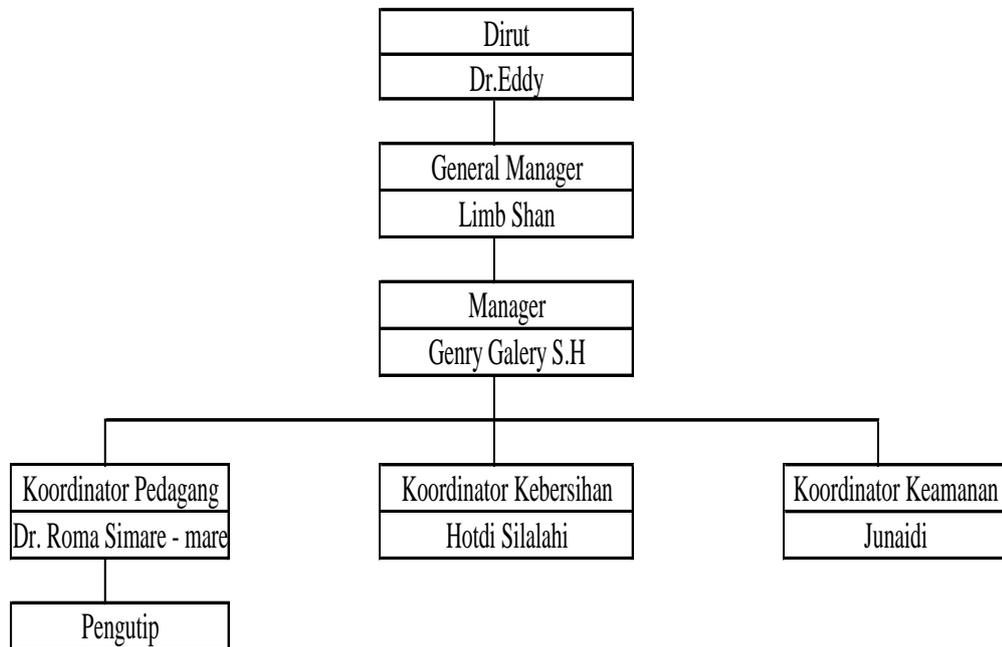
NO	Jenis bangunan	Aktif	Tidak aktif	Jumlah
1.	Kios Sayur	750	290	1040
2.	Kios Buah	90	-	90
3.	Kios Ikan	90	-	90
4.	Sembako	30	10	40
5.	Mesjid	1	-	1
6.	KM/WC	30	-	30
	Jumlah	991	300	1.291

Sumber : Pasar Raya Medan Mega Trade Center

b. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat dilihat dari gambar 2 dimana data diperoleh langsung dari kantor Pasar Raya Medan Mega Trade Center berdasarkan jabatan masing-masing. Adapun struktur organisasi dari Pasar Raya Medan Mega Trade Center Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang

Gambar. 2 Struktur Organisasi Pasar Raya Medan Mega Trade Center.



Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan Prasarana sangat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana akan mempercepat laju pembangunan, sarana dan prasarana di Pasar Raya Medan Mega Trade Center sangat baik, hal ini dapat dilihat dari segi keamanan, parkir, dan tempat ibadah.

a. Keamanan

Pasar Raya Medan Mega Trade Centre dilengkapi dengan anggota keamanan sebanyak 20 orang dan dibagi 2 shift pekerjaan. Pos keamanan terletak dibagian depan pintu masuk maupun dalam pasar, para petugas keamanan berkeliling disetiap tempat, baik didalam pasar, lokasi parkir, musholah dan kantor untuk memantau keamanan di pasar Pasa Raya Medan Mega Trade Center pada saat konsumen berbelanja.

b. Parkir

Pasa Raya Medan Mega Trade Center menyediakan jasa parkir untuk kendaraan roda dua, kendaraan roda tiga dan kendaraan roda empat, dengan dikenakan tarif sebesar Rp.2.000 untuk roda dua, Rp.3.000 untuk roda tiga, dan Rp. 4.000 untuk roda empat.

c. Mesjid

Salah satu tempat ibadah yang terdapat di Pasa Raya Medan Mega Trade Center adalah mesjid yang terletak di tengah Pasar Raya Medan Mega Trade Centre sehingga memudahkan para pedagang maupun konsumen untuk beribadah.

Karakteristik Sampel

Responden dalam penelitian ini adalah pedagang sayur pindahan yang berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Center. Total responden pada penelitian ini berjumlah 30 orang. Unsur-unsur karakteristik responden yang dianalisa meliputi umur, pendidikan, asal pasar dan pengalaman. Adapun unsur-unsur karakteristik responden tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

1. Umur

Umur penting untuk diketahui karena berhubungan dengan usia produktif responden. Berdasarkan hasil penelitian umur responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Karakteristik Sampel berdasarkan Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase %
1.	20 – 30	3	10,0
2.	31 – 40	7	23,3
3.	41 – 50	10	33,3
4.	51 – 60	9	30,0
5.	61 – 70	1	3,3
Jumlah Total		30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang berumur antara 20 sampai 30 sebanyak 3 orang (10,0%), yang berumur 31 sampai 40 sebanyak 7 orang (23,3%), yang berumur 41 sampai 50 sebanyak 10 orang (33,3%), kemudian yang berumur 51 sampai 60 sebanyak 9 orang (30,3%), dan yang berumur 61 sampai 70 sebanyak 1 orang (3,3%).

2. Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu hal yang penting, dimana dengan adanya pendidikan yang pernah diikuti oleh seseorang secara langsung akan mempengaruhi pola pikir dan pengetahuan individu tersebut. Dalam hal ini pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan yang bersifat formal. Untuk lebih jelasnya sebaran pendidikan pada responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 5. Karakteristik Sampel Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase %
1.	SD	1	3,3
2.	SMP	5	16,7
3.	SMA	19	63,3
4.	D3	1	3,3
5.	S1	4	13,3
Jumlah Total		30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan responden yang diamati SMA sebanyak 19 orang (63,3%), yang kedua SMP yaitu sebanyak 5 orang (16,7), pada tingkat S1 sebanyak 4 orang (13,3%), kemudian D3 dan SD masing – masing 1 orang (3,3%).

3. Asal Pasar

Asal pasar penting untuk diketahui, karena untuk melihat awal pasar responden berjualan sebelum memutuskan untuk pindah ke Pasar Raya Medan

Mega Trade Centre. Berdasarkan hasil penelitian asal pasar responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Karakteristik Sampel Berdasarkan Asal Pasar

No	Asal Pasar	Jumlah Responden	Persentase %
1.	Pasar Sentral	28	93,3
2.	Pasar Binjai	1	3,3
3.	Pasar Serdang	1	3,3
Jumlah Total		30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden didominasi oleh pedagang yang berasal dari pasar sentral sebanyak 20 orang (93,3%), kemudian pasar Binjai dan Serdang masing – masing 1 orang (3,3%).

4. Pengalaman berjualan

Pengalaman berjualan dapat diartikan sebagai lamanya pedagang sayur dalam menekuni usaha berdagang atau berjualan. Pada dasarnya semakin lama pengalaman seseorang terhadap suatu usaha yang digeluti, maka tingkat keterampilan maupun pengetahuan yang dimiliki semakin matang. Untuk lebih jelasnya pengalaman berjualan responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 7. Karakteristik Sampel Berdasarkan Pengalaman

No	Tahun	Jumlah Responden	Persentase %
1.	1 – 10	13	43,3
2.	11 – 20	8	26,7
3.	21 – 30	9	30,0
Jumlah Total		30	100

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai pengalaman 1 sampai 10 tahun sebanyak 13 orang (43,3%), kemudian 11 sampai 20 tahun sebanyak 8 orang (26,7%), dan pengalaman 21 sampai 30 tahun sebanyak 9 orang (30,%).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Dengan kriteria skor total masing – masing variabel $\geq 0,25$ maka dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut :

1. Lokasi

Tabel 8. Uji Validitas Lokasi

Variabel Lokasi	Pearson Correlation Total	Keterangan
Pernyataan 1	0,262	Valid
Pernyataan 2	0,759	Valid
Pernyataan 3	0,783	Valid
Pernyataan 4	0,920	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pernyataan untuk lokasi adalah valid karena setiap item pernyataan skor totalnya $\geq 0,25$. Hal ini dapat dilihat dari nilai *pearson correlation total* untuk pernyataan 1 sebesar 0,262, pernyataan 2 sebesar 0,759, pernyataan 3 sebesar 0,783 dan pernyataan 4 sebesar 0,920.

2. Keamanan

Tabel 9. Uji Validitas Keamanan

Variabel Keamanan	Pearson Correlation Total	Keterangan
Pernyataan 1	0,950	Valid
Pernyataan 2	0,723	Valid
Pernyataan 3	0,897	Valid
Pernyataan 4	0,858	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pernyataan untuk keamanan adalah valid karena setiap item pernyataan skor totalnya $\geq 0,25$. Hal ini dapat dilihat dari nilai *pearson correlation total* untuk pernyataan 1 sebesar 0,950, pernyataan 2 sebesar 0,723, pernyataan 3 sebesar 0,897 dan pernyataan 4 sebesar 0,858.

3. Harga Sewa

Tabel 10. Uji Validitas Harga Sewa

Variabel Harga Sewa	Pearson Correlation Total	Keterangan
Pernyataan 1	0,872	Valid
Pernyataan 2	0,577	Valid
Pernyataan 3	0,717	Valid
Pernyataan 4	0,646	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pernyataan untuk harga sewa adalah valid karena setiap item pernyataan skor totalnya $\geq 0,25$. Hal ini dapat dilihat dari nilai *pearson correlation total* untuk pernyataan 1 sebesar 0,872 pernyataan 2 sebesar 0,577 pernyataan 3 sebesar 0,717 dan pernyataan 4 sebesar 0,646.

4. Fasilitas

Tabel 11. Uji Validitas Fasilitas

Variabel Fasilitas	Pearson Correlation Total	Keterangan
Pernyataan 1	0,653	Valid
Pernyataan 2	0,743	Valid
Pernyataan 3	0,520	Valid
Pernyataan 4	0,789	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pernyataan untuk fasilitas adalah valid karena setiap item pernyataan skor totalnya $\geq 0,25$. Hal ini dapat dilihat dari

nilai *pearson correlation total* untuk pernyataan 1 sebesar 0,653, pernyataan 2 sebesar 0,743, pernyataan 3 sebesar 0,520 dan pernyataan 4 sebesar 0,789.

5. Keputusan

Tabel 12. Uji Validitas Keputusan

Variabel Keputusan	Pearson Correlation Total	Keterangan
Pernyataan 1	0,729	Valid
Pernyataan 2	0,793	Valid
Pernyataan 3	0,639	Valid
Pernyataan 4	0,805	Valid

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa item pernyataan untuk keputusan adalah valid karena setiap item pernyataan skor totalnya $\geq 0,25$. Hal ini dapat dilihat dari nilai *pearson correlation total* untuk pernyataan 1 sebesar 0,729 pernyataan 2 sebesar 0,793 dan pernyataan 3 sebesar 0,639 dan pernyataan 3 sebesar 0,805.

b. Uji Reliabilitas

Dalam hal inipeneliti menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk menilai apakah kuisioner ini reliabel atau tidak dengan kriteria menurut Prawoto dan Basuki (2016) jika $\alpha > 0,5$ maka dapat dikatakan reliabel.

Tabel 13. Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach`s Alpha	Keterangan
Lokasi	4	0,683	Reliabilitas
Keamanan	4	0,881	Reliabilitas
Harga Sewa	4	0,644	Reliabilitas
Fasilitas	4	0,583	Reliabilitas
Keputusan	4	0,731	Reliabilitas

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas disimpulkan alat ukur dalam penelitian ini realiablel. Karena dapat dilihat bahwa nilai Cronbach`s Alpha setiap variabel $> 0,50$. Yaitu

dengan nilai *Cronbach's Alpha* lokasi sebesar 0,683, keamanan sebesar 0,881, harga sewa sebesar 0,644, fasilitas sebesar 0,583 dan keputusan sebesar 0,731.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Deteksi terhadap ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai *tolerance* serta nilai *Varians Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengujian yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai $VIF < 10$. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada hasil output *SPSS* berikut ini :

Tabel 14. Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Lokasi	,929	1,077
	Keamanan	,950	1,053
	Harga_Sewa	,835	1,198
	Fasilitas	,858	1,166

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa model tidak mengandung multikolinearitas. Karena setiap variabel yaitu lokasi mempunyai nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,077, keamanan sebesar 1,053, harga sewa sebesar 1,198 dan fasilitas sebesar 1,166.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang homoskedistisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Menurut Prawoto dan Basuki (2016), deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji glejser dengan cara meregresikan nilai absolute residual dengan variabel – variabel independent dalam model. Jika

nilai signifikansi (sig) > 0.05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel output uji glejser SPSS berikut ini :

Tabel 15. Uji Glejser

		Coefficients ^a	
Model			Sig.
1	(Constant)		,078
	Lokasi		,078
	Keamanan		,091
	Harga_Sewa		,907
	Fasilitas		,982

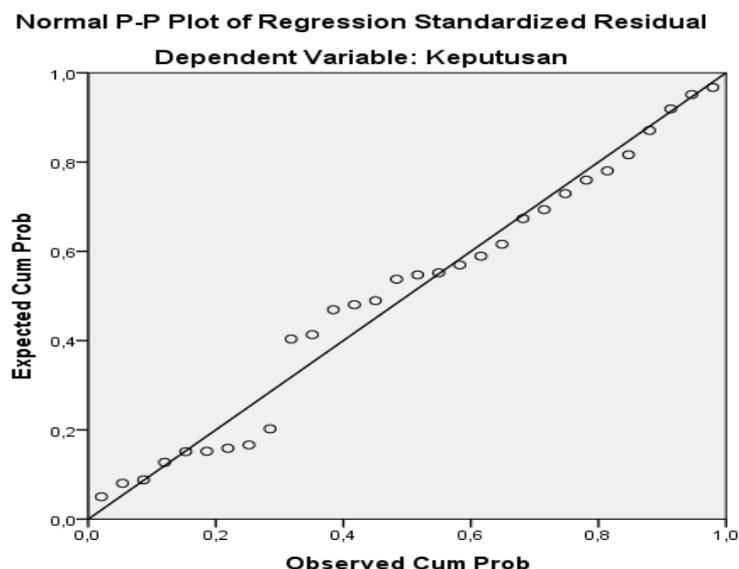
a. Dependent Variable: Abs_Resid

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (sig) keempat variabel independent $> 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi sehingga data dapat untuk diregresikan.

c. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah distribusi data normal ataukah tidak, maka dapat dilakukan dengan melihat *normal probability plot* jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada grafik *normal probability plot* dibawah ini :



Gambar. 3 Grafik Normal P – P Plot Of Regression Standardized Residual

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa bahwa titik-titik yang ada pada model persamaan regresi linier berganda menyebar di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan atau data berdistribusi normal. Artinya data pada penelitian ini dapat untuk diregresikan. Selain itu dapat juga dilihat dari output SPSS dengan uji *Kolmogorov – smirnov* pada tabel dibawah ini :

Tabel 16. Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,60547655
Most Extreme Differences	Absolute	,118
	Positive	,118
	Negative	-,100
Test Statistic		,118
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (sig) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan dapat unruk diregresikan.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 22*, maka dapat diperoleh hasil sebagaiberikut:

a. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Berdasarkan hasil penelitian hasil Uji Koefisien Determinan (R^2) dapat dilihat pada hasil *SPSS* berikut ini :

Tabel 17. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,906 ^a	,821	,793	,65212

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Keamanan, Lokasi, Harga_Sewa

Sumber : *Data Primer Diolah 2019*

Multiple R menunjukkan hubungan antara variabel bebas lokasi (X_1), keamanan (X_2), harga sewa (X_3), dan fasilitas (X_4) dengan variabel terikat keputusan pedagang (Y) sebesar 90,6%. Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,821 atau 82,1%. Artinya variabel bebas lokasi (X_1), keamanan (X_2), harga sewa (X_3), dan fasilitas (X_4) hanya mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat yaitu variabel keputusan pedagang, sedangkan sisanya 17,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

b. Uji F (Serempak)

Hasil uji serempak pada penelitian ini dapat dilihat pada hasil pengolahan SPSS berikut ini :

Tabel 18. Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48,831	4	12,209	28,709	,000 ^b
	Residual	10,631	25	,425		
	Total	59,467	29			

a. Dependent Variable: Keputusan
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Keamanan, Lokasi, Harga_Sewa

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel anova diatas dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} dalam tabel anova ini sebesar 28,709 adapun untuk nilai F_{tabel} untuk jumlah data sebanyak 30, dengan jumlah variabel sebanyak 5 dan dengan taraf signifikansi 5% maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,78, maka $F_{hitung} 28,709 > F_{tabel} (2,78)$ terima H_1 . Hal ini sejalan dengan nilai Sig pada uji F bernilai 0,000. Dengan dasar pengambilan keputusan apabila $Sig < \alpha (0,05)$ maka tolak H_0 . Dari Uji F ini dapat dilihat bahwa $0,000 < 0,05$ sehingga tolak H_0 dan terima H_1 . Artinya variabel bebas lokasi (X_1), keamanan (X_2), harga sewa (X_3), dan fasilitas (X_4) berpengaruh secara nyata dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pedagang (Y).

Tabel 19. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,012	3,223	
	Lokasi	,984	,098	,878
	Keamanan	,075	,066	,099
	Harga_Sewa	-,018	,093	-,018
	Fasilitas	-,228	,115	-,181

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari nilai-nilai koefisien diatas, maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,012 + 0,984X_1 + 0,075X_2 - 0,018X_3 - 0,228X_4$$

c. Uji T (Parsial)

Uji - t ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh masing – masing variabel bebas lokasi (X_1), keamanan (X_2), harga sewa (X_3), dan fasilitas (X_4) terhadap variabel terikat (Y) apakah nyata atau tidak. Hasil uji - t pada penelitian ini dapat dilihat pada hasil pengolahan *SPSS* berikut ini :

Tabel 20. Uji T (Parsial)

Model		Coefficients ^a		
		T Hitung	T Tabel	Sig.
1	(Constant)	,314	2,060	,756
	Lokasi	10,004	2,060	,000
	Keamanan	1,137	2,060	,266
	Harga sewa	-,197	2,060	,845
	Fasilitas	-1,982	2,060	,059

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat :

1. Pengaruh Lokasi (X_1) Terhadap Keputusan Pedagang (Y)

Dari hasil uji parsial, lokasi memiliki nilai $T_{hitung} 10,004 > T_{tabel} 2,060$ maka terima H_1 dan tolak H_0 . Hal ini sejalan dengan nilai Sig sebesar 0,000, dengan kriteria apabila $Sig < \alpha (0,05)$ maka tolak H_0 . Dari Uji parsial ini dapat dilihat bahwa $0,000 < 0,05$ sehingga tolak H_0 dan terima H_1 . Artinya lokasi (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pedagang sayur dalam menempati Pasar Raya Medan Mega Trade Centre. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Berutu (2017), dimana jika lokasi yang ditentukan sangat strategis maka calon penyewa akan memutuskan untuk memilih menyewa kios tersebut, namun jika lokasi yang ditentukan tidak begitu strategis maka calon penyewa akan lebih banyak mempertimbangkan keputusannya. Pada penelitian ini responden yang memilih Pasar Raya Medan Mega Trade Centre merupakan pedagang yang dekat dengan rumahnya, rata – rata responden mengaku tinggal di daerah Tembung, Mandala dan Medan Perjuangan sehingga akses transportasi ke pasar tersebut lebih cepat, selain itu lokasi tersebut berada di pusat keramaian yaitu dekat dengan pemukiman maupun perkantoran sehingga hal ini menjadi pertimbangan bagi responden dalam menetapkan keputusan untuk menempati Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

2. Pengaruh Keamanan (X_2) Terhadap Keputusan Pedagang (Y)

Dari hasil uji parsial, keamanan memiliki nilai $T_{hitung} 1,137 < T_{tabel} 2,060$ maka tolak H_1 dan terima H_0 . Hal ini sejalan dengan nilai Sig sebesar 0,266 dengan kriteria apabila $Sig > \alpha (0,05)$ maka terima H_0 . Dari Uji parsial ini dapat dilihat bahwa $0,266 > 0,05$ sehingga terima H_0 . Artinya keamanan (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang sayur dalam menempati Pasar

Raya Medan Mega Trade Centre. Menurut keterangan para pedagang meskipun pasar Pasar Raya Medan Mega Trade Centre dijaga selama 24 jam, pasar tersebut tetap pernah terjadi kasus kehilangan barang dagangan, walaupun pernah terjadi kehilangan barang dagangan namun tidak menimbulkan kerugian yang terlalu besar bagi pedagang sehingga keamanan tidak mempengaruhi pedagang dalam menempati pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

3. Pengaruh harga sewa (X_3) terhadap keputusan pedagang (Y)

Dari hasil uji parsial, harga sewa memiliki nilai $T_{hitung} -0,197 < T_{tabel} 2,060$ maka tolak H_1 dan terima H_0 . Hal ini sejalan dengan nilai Sig sebesar 0,845 dengan kriteria apabila $Sig > \alpha (0,05)$ maka terima H_0 . Dari Uji parsial ini dapat dilihat bahwa $0,845 > 0,05$ sehingga terima H_0 dan tolak H_1 . Artinya harga sewa (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang sayur dalam menempati Pasar Raya Medan Mega Trade Centre. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Azhad dan Lesmana (2016) dimana harga sewa mempengaruhi keputusan pedagang dalam menempati stan penjualan. Pada penelitian ini harga sewa tidak mempengaruhi keputusan pedagang dalam menempati Pasar Raya Medan Mega Trade Centre karena berdasarkan fenomena yang peneliti jumpai bahwa ternyata 93,3% responden merupakan pedagang yang berasal dari pasar sentral, responden merupakan pedagang yang mengalami pengusuran, sehingga tempat berjualan yang dulu sudah tidak bisa ditempati. Menurut keterangan responden meskipun harga sewa kios Pasar Raya Medan Mega Trade Centre mahal mereka tetap memilih pasar Pasar Raya Medan Mega Trade Centre karena kebutuhan tempat berjualan, karena berdagang sayur merupakan pekerjaan utama responden yang telah digeluti selama puluhan tahun.

4. Pengaruh fasilitas (X_4) terhadap keputusan pedagang (Y)

Dari hasil uji parsial, fasilitas memiliki nilai $T_{hitung} -1,982 < T_{tabel} 2,060$ sehingga tolak H_1 dan terima H_0 . Hal ini sejalan dengan nilai Sig sebesar 0,059 dengan kriteria apabila $Sig > \alpha (0,05)$ maka terima H_0 . Dari Uji parsial ini dapat dilihat bahwa $0,059 > 0,05$ sehingga terima H_0 . Artinya fasilitas (X_4) tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang sayur dalam menempati Pasar Raya Medan Mega Trade Centre. Menurut keterangan para pedagang meskipun pasar Pasar Raya Medan Mega Trade Centre mempunyai fasilitas yang bagus, akan tetapi fasilitas bukanlah faktor pendorong pedagang untuk memilih tempat berjualan, menurut pedagang fasilitas yang bagus akan membuat harga sewa tempat tersebut mahal, karena sebelumnya pedagang sudah biasa berjualan dengan tempat seadanya dan fasilitas standar seperti bermodalkan atap dari tepal, dan kamar mandi seadanya. Keuntungan yang pedagang rasakan saat ini yaitu tidak merasa khawatir apabila terjadi perubahan cuaca secara tiba – tiba dan dapat berjualan selama 24 jam.

4. Uji t Sampel Berpasangan (Paired Sample Test)

Untuk mengetahui perbedaan pendapatan pedagang sebelum dan sesudah berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre menggunakan Uji dua rata – rata untuk sampel berpasangan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada hasil pengolahan dengan SPSS berikut ini :

Tabel 21. Uji T Sampel Berpasangan

	Paired Sample Test		
	t	df	Sig (2-tailed)
Pair 1 sebelum – sesudah	5,051	29	,000

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig (0,000), dengan ketentuan apabila $Sig < Alpha (0,05)$ maka tolak H_0 dan terima H_1 . Pada uji ini dapat disimpulkan $0,000 < 0,05$ maka terima H_1 . Artinya terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre. Perbedaan pendapatan menunjukkan adanya penurunan pendapatan dengan rata – rata pendapatan sebelum berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre sebesar Rp.13.100.000 dan sesudah berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade sebesar Rp.9.400.000.

Menurut keterangan responden bahwa penurunan pendapatan terjadi akibat kehilangan konsumen, karena pedagang sayur bukan hanya menjual secara eceran akan tetapi dalam bentuk grosir. Banyak pedagang eceran yang dulu berjualan dipasar sebelumnya sudah tidak berjualan lagi akibat pengusuran selain itu tingkat persaingan sesama pedagang yang menjual komoditi yang jenis sama, pedagang mengeluhkan bahwa harga sewa di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre mahal, selain itu terdapat banyak biaya yang dikeluarkan yaitu biaya kebersihan sebesar Rp. 20.000/ hari dan juga biaya lampu sebesar 30/bulan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan :

1. Dari Uji F (Simultan) dapat dilihat bahwa $\text{Sig} < \text{Alpha}$. $0,000 < 0,05$ sehingga tolak H_0 dan terima H_1 . Artinya variabel bebas lokasi (X_1), keamanan (X_2), harga sewa (X_3), dan fasilitas (X_4) berpengaruh secara nyata dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pedagang (Y).
2. Variabel lokasi dari uji parsial dapat dilihat bahwa $\text{Sig} < \text{Alpha}$ $0,000 < 0,05$ sehingga tolak H_0 dan terima H_1 . Artinya lokasi (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pedagang sayur dalam menempati Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.
3. Variabel keamanan, uji parsial dapat dilihat bahwa $\text{Sig} > \text{Alpha}$ $0,266 > 0,05$ sehingga terima H_0 dan tolak H_1 . Artinya keamanan (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang sayur dalam menempati Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.
4. Variabel harga sewa, dari uji parsial dapat dilihat bahwa $\text{Sig} > \text{Alpha}$ $0,845 > 0,05$ sehingga terima H_0 dan tolak H_1 . Artinya harga sewa (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pedagang sayur dalam menempati Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.
5. Variabel fasilitas, dari uji parsial dapat dilihat bahwa $\text{Sig} > \text{Alpha}$ $0,059 > 0,05$ sehingga terima H_0 dan tolak H_1 . Artinya fasilitas (X_4) tidak berpengaruh

terhadap keputusan pedagang sayur dalam menempati Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

6. Pada uji paired sample test dapat disimpulkan $\text{Sig } 0,000 < 0,05$ maka terima H_1 . Artinya terdapat perbedaan pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di Pasar Raya Medan Mega Trade Centre.

SARAN

Dari hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan diatas, berikut beberapa saran yang dapat diajukan:

1. Pengaruh lokasi menjadi pertimbangan oleh masyarakat dalam mengambil keputusan menyewa kios, maka disarankan bagi perusahaan pengelola haruslah lebih cermat dalam menentukan lokasi perusahaan sehingga pedagang sayur akan menyewa kios.
2. Penentuan harga juga haruslah sesuai dengan mempertimbangkan kemampuan dari para pedagang karena terlihat bahwa dari hasil analisis yang dilakukan variabel harga menurut pedagang mahal.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dihapkan lebih banyak menggunakan variabel bebas (*Independent*) yang lebih signifikan dalam mempengaruhi keputusan menyewa kios oleh pedagang sehingga hasil yang diperoleh dapat dijadikan acuan oleh perusahaan dalam mengambil keputusan untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah Nurul. 2017. Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum dan Sesudah Relokasi ke Pasar Induk Di Kota Medan. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Sumatera Utara.
- Akbar, S.P dan Usman H. 2009. Pengantar Statistika. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Andriyani. 2016. Dampak Perpindahan Lokasi Pasar Sentral Terhadap Pendapatan Pedagang dan Penerimaan Retribusi Pasar di Kabupaten Buton Utara. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Halu Oleo Kendari.
- Anggraini, Dkk. 2016. Pengaruh Lokasi, Fasilitas, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati. Vol.11, No.1. Fakultas Ekonomi, Universitas Mahasaraswati Denpasar. Bali.
- Aprillia, Rizki. 2017. Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Bulu Semarang. Economics Development Analysis Journal. ISSN 2252-6765. Universitas Negeri Semarang.
- Assauri, Sofjan. 2014. Manajemen Pemasaran *Dasar Konsep dan Strategi*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Azhad, M,N Dan Lesmana, F,S. 2016. Analisis Keputusan Pedagang Dalam Memilih Stan Penjualan Di Pujasera Jember. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Berutu, Firman. 2017. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pedagang Menyewa Kios Study Kasus Perusahaan Daerah Pusat Pasar Sidikalang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Candrawati, Ketut Sri. 2015. Pasar Modern dan Pasar Tradisional Dalam Gaya Hidup Masyarakat Di Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. STIA-Denpasar. Bali.
- Fathoni, Ali. 2016. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Tingkat Penjualan Usaha Jasa Mikro Di Kabupaten Lamongan. ISSN : 2502-3780. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Lamongan.
- Kadir. 2015. Statistika Terapan. Edisi 2. Rajawali Press. Jakarta.
- Kasmir. 2013. Kewirausahaan. Cetakan Ke-9. PT. Rajagrafindo Persada. Depok. Jawa Barat.

- Kotler, P dan Keller L.K. 2007. Manajemen Pemasaran. Cetakan pertama. PT. Indeks.
- Mac Daniel, C dkk. 2001. Pemasaran. Edisi pertama. PT. Salemba Emban Patria.Jakarta.
- Manurung, S dkk. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis. Cetakan Kedua. Umsu Press. Medan.
- Mardiana Siska, dan Annisarizki. 2017. Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Paguyuban Wirausaha Cilegon (Pawon) dalam Cilegon Car Free Day Volume X, Nomor 2. Fakultas Ekonomi, Universitas Serang Raya.
- Prawoto, N dan Basuki A.T. 2016. Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis *Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews*. Edisi Pertama. PT. Raja Grafindo Persada. Depok.
- Peraturan Menteri Perdagangan R.I Nomor :70/M-DAG/PER/12/2013
- Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 48 Permentan/Ot.140/10/2009 Tentang Pedoman Budidaya Buah Dan Sayur Yang Baik (*Good Agriculture Practices For Fruit And Vegetables*).
- Presidenri.go.id
- Rohmah, Safaatur. 2017. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Juwana Baru Kabupaten Pati. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Jawa Tengah.
- Setiana, Dewi. 2016. Analisis Pendapatan Usaha Pada Pedagang Tanaman Hias Di Kelurahan Gunung Terang Bandar Lampung. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Siregar, Syofian. 2012. Statistika Deskriptif Untuk Penelitian *Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 77*.Edisi 1-3. Rajawali Press. Jakarta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan Pertama Ke-16. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sukirno, Sadono. 2009. Mikroekonomi Teori Pengantar. Edisi 3. Rajawali Press. Jakarta.
- Syiahbudhin dan Sophia. 2008. Manajemen Bisnis Ritel. Ed-1. CV. Andi Offset. Yogyakarta.

Wahyono, B. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kabupaten Bantul.Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

Lampiran 1. Karakteristik Responden

No	Nama	Usia(Tahun)	Jenis Kelamin	Awal Pasar	Pendidikan	Pengalaman (Tahun)
1	Rondang S	45	Pria	Pasar Sentral	SMA	20
2	Alponso Br. Bakara	50	Wanita	Pasar Sentral	SMA	25
3	Deli	52	Wanita	Pasar Sentral	SMP	25
4	M Sijabat	54	Pria	Pasar Sentral	S1	25
5	Desi Br Nainggolan	55	Wanita	Pasar Sentral	SMA	20
6	Rina	45	Wanita	Pasar Binjai	SMA	10
7	Roni	52	Pria	Pasar Sentral	SMA	25
8	S Siginting	53	Wanita	Pasar Sentral	SMA	20
9	Dedy	40	Pria	Pasar Sentral	D3	23
10	Nuraisa	50	Wanita	Pasar Sentral	SMP	25
11	Tua Perangin – angin	44	Pria	Pasar Sentral	SMA	10
12	Santi	30	Wanita	Pasar Sentral	SD	5
13	Nela Oktavia	40	Wanita	Pasar Sentral	SMA	10
14	Rini Br. Ginting	43	Wanita	Pasar Sentral	SMA	10
15	Nando	33	Pria	Pasar Sentral	SMP	8
16	Saragih	51	Pria	Pasar Sentral	SMA	10
17	Mak Ester	48	Wanita	Pasar Sentral	SMA	20
18	Jones Siregar	42	Pria	Pasar Sentral	SMA	10
19	Rohana	56	Wanita	Pasar Sentral	SMA	20
20	Rohani	42	Wanita	Pasar Sentral	SMA	10
21	Meri Sinuran	40	Wanita	Pasar Sentral	SMA	20
22	S Sigintir	53	Wanita	Pasar Sentral	S1	30
23	Tiara	32	Wanita	Pasar Sentral	SMA	20
24	Otner Tono	46	Pria	Pasar Sentral	SMP	20
25	Gorga Simanjuntak	27	Pria	Pasar Bedagai	SMA	5
26	Rahman	62	Pria	Pasar Sentral	SMP	30
27	Rabida Br. Sembiring	38	Wanita	Pasar Sentral	S1	10
28	Radolfo	30	Pria	Pasar Sentral	S1	10
29	Toni	52	Wanita	Pasar Sentral	SMA	30
30	S Simarmata	38	Pria	Pasar Sentral	SMA	10
Rata – Rata		45				17

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Lampiran 2. Pendapatan Pedagang Sayur (Bulan)

NO	Nama	Pendapatan Sebelum Pindah/ Bulan	Pendapatan Sesudah Pindah/ Bulan
1	Rondang S	4.500.000	3.000.000
2	Alponso Br. Bakara	9.000.000	4.500.000
3	Deli	6.000.000	6.000.000
4	M Sijabat	9.000.000	6.000.000
5	Desi Br Nainggolan	6.000.000	3.000.000
6	Rina	15.000.000	9.000.000
7	Roni	9.000.000	6.000.000
8	S Siginting	10.500.000	15.000.000
9	Dedy	9.000.000	4.500.000
10	Nuraisa	6.000.000	3.000.000
11	Tua Perangin – angin	30.000.000	30.000.000
12	Santi	9.000.000	4.500.000
13	Nela Oktavia	6.000.000	3.000.000
14	Rini Br. Ginting	9.000.000	4.500.000
15	Nando	15.000.000	9.000.000
16	Saragih	24.000.000	24.000.000
17	Mak Ester	30.000.000	18.000.000
18	Jones Siregar	15.000.000	9.000.000
19	Rohana	24.000.000	30.000.000
20	Rohani	9.000.000	4.500.000
21	Meri Sinuran	12.000.000	6.000.000
22	S Sigintir	6.000.000	6.000.000
23	Tiara	15.000.000	9.000.000
24	Otner Tono	18.000.000	9.000.000
25	Gorga Simanjuntak	15.000.000	7.500.000
26	Rahman	24.000.000	12.000.000
27	Rabida Br. Sembiring	16.500.000	18.000.000
28	Radolfo	6.000.000	3.000.000
29	Toni	13.500.000	9.000.000
30	S. Simarmata	12.000.000	6.000.000
Rata – Rata		13.100.000	9.400.000

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Lampiran 3. Rekapitulasi Hasil Kuisioner

NO	RESPONDEN	PERNYATAAN																								
		LOKASI (X1)					KEAMANAN(X2)					HARGA SEWA(X3)					FASILITAS(X4)					KEPUTUSAN(Y)				
		1	2	3	4	Total	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	Total	1	2	3	4	Total
1	Rondang S	5	5	4	4	18	4	3	5	5	17	1	2	2	4	9	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16
2	Alponso Br. Bakara	5	5	5	5	20	3	2	4	4	13	1	3	2	4	10	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18
3	Deli	5	4	5	4	18	3	3	4	4	14	2	3	3	4	12	4	5	4	4	17	4	5	3	3	15
4	M Sijabat	5	5	4	4	18	3	2	4	4	13	3	3	2	5	13	3	4	4	3	14	5	4	4	4	17
5	Desi Br Nainggolan	5	4	4	4	17	5	4	5	5	19	2	3	2	4	11	4	5	5	4	18	4	4	4	3	15
6	Rina	5	5	5	5	20	4	3	5	4	16	2	3	2	4	11	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18
7	Roni	5	5	5	5	20	3	3	4	4	14	1	2	2	4	9	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
8	S Siginting	5	4	4	4	17	3	3	4	4	14	2	3	4	4	13	4	5	4	4	17	4	4	3	3	14
9	Dedy	4	5	5	4	18	3	3	4	4	14	2	3	2	4	11	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
10	Nuraisa	5	5	5	5	20	3	3	4	4	14	3	3	2	4	12	4	5	5	4	18	5	5	4	4	18
11	Tua Perangin - angin	5	4	5	4	18	4	3	5	5	17	3	3	3	5	14	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
12	Santi	5	4	4	4	17	4	3	5	4	16	2	3	2	4	11	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16
13	Nela Oktavia	5	5	5	5	20	3	3	4	4	14	2	3	2	4	11	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
14	Rini Br. Ginting	5	4	4	4	17	3	3	4	3	13	2	3	2	4	11	4	5	4	4	17	4	4	3	3	14
15	Nando	5	5	4	4	18	3	2	4	4	13	2	3	2	4	11	4	4	4	3	15	5	4	3	3	15
16	Saragih	5	4	4	4	17	3	3	4	4	14	3	3	3	5	14	4	5	4	4	17	4	4	3	3	14
17	Mak Ester	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	1	3	2	4	10	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18
18	Jones Siregar	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	2	3	2	4	11	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18
19	Rohana	5	4	4	4	17	3	3	4	4	14	2	3	4	4	13	4	5	4	4	17	4	4	4	3	15
20	Rohani	5	4	4	4	17	3	3	4	4	14	2	3	2	4	11	4	5	4	4	17	4	4	4	3	15
21	Meri Sinuran	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	2	3	2	4	11	4	4	5	4	17	4	4	4	3	15
22	S Sigintir	5	5	4	4	18	4	3	4	4	15	3	3	3	5	14	4	4	4	4	16	5	4	4	3	16
23	Tiara	5	5	4	4	18	4	3	5	5	17	2	3	2	4	11	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
24	Otner Tono	5	5	5	5	20	4	3	5	4	16	3	3	2	4	12	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
25	Gorga Simanjuntak	5	4	5	4	18	4	3	5	5	17	2	3	2	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
26	Rahman	5	4	4	4	17	3	3	4	4	14	1	2	2	4	9	5	4	4	4	17	4	4	3	3	14
27	Rabida Br. Sembiring	5	5	4	4	18	4	3	5	5	17	3	3	4	4	14	3	4	4	3	14	5	4	4	3	16
28	Radolfo	5	4	5	4	18	4	3	5	5	17	2	3	2	4	11	4	5	4	4	17	4	4	4	3	15
29	Toni	5	5	5	5	20	4	3	5	5	17	2	3	2	4	11	4	5	4	4	17	5	5	4	3	17
30	S. Simarmata	5	4	4	4	17	4	3	5	5	17	2	3	2	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas Lokasi

		Correlations				
		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3	Pernyataan4	Total
Pernyataan 1	Pearson Correlation	1	,018	-,018	,175	,262
	Sig. (2-tailed)		,925	,925	,355	,161
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan 2	Pearson Correlation	,018	1	,339	,612**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,925		,067	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan 3	Pearson Correlation	-,018	,339	1	,700**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,925	,067		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan 4	Pearson Correlation	,175	,612**	,700**	1	,920**
	Sig. (2-tailed)	,355	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,262	,759**	,783**	,920**	1
	Sig. (2-tailed)	,161	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,683	4

Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Keamanan Correlations

		Correlations				
		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3	Pernyataan4	Total
Pernyataan1	Pearson Correlation	1	,680**	,827**	,723**	,950**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan2	Pearson Correlation	,680**	1	,448*	,416*	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000		,013	,022	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan3	Pearson Correlation	,827**	,448*	1	,787**	,897**
	Sig. (2-tailed)	,000	,013		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan4	Pearson Correlation	,723**	,416*	,787**	1	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000	,022	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,950**	,723**	,897**	,858**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	4

Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Harga Sewa

Correlations

		Correlations				
		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3	Pernyataan4	Total
Pernyataan1	Pearson Correlation	1	,565**	,353	,582**	,872**
	Sig. (2-tailed)		,001	,055	,001	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan2	Pearson Correlation	,565**	1	,171	,131	,577**
	Sig. (2-tailed)	,001		,366	,491	,001
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan3	Pearson Correlation	,353	,171	1	,252	,717**
	Sig. (2-tailed)	,055	,366		,180	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan4	Pearson Correlation	,582**	,131	,252	1	,646**
	Sig. (2-tailed)	,001	,491	,180		,000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,872**	,577**	,717**	,646**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,644	4

Lampiran 7. Uji Validitas dan Reliabilitas Fasilitas

Correlations

		Correlations				
		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3	Pernyataan4	Total
Pernyataan1	Pearson Correlation	1	,163	,245	,537**	,653**
	Sig. (2-tailed)		,391	,192	,002	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan2	Pearson Correlation	,163	1	,106	,500**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,391		,577	,005	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan3	Pearson Correlation	,245	,106	1	,175	,520**
	Sig. (2-tailed)	,192	,577		,354	,003
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan4	Pearson Correlation	,537**	,500**	,175	1	,789**
	Sig. (2-tailed)	,002	,005	,354		,000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,653**	,743**	,520**	,789**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,003	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,583	4

Lampiran 8. Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan

Correlations

		Correlations				
		Pernyataan1	Pernyataan2	Pernyataan3	Pernyataan4	Total
Pernyataan1	Pearson Correlation	1	,522**	,269	,336	,729**
	Sig. (2-tailed)		,003	,150	,069	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan2	Pearson Correlation	,522**	1	,238	,544**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,003		,205	,002	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan3	Pearson Correlation	,269	,238	1	,500**	,639**
	Sig. (2-tailed)	,150	,205		,005	,000
	N	30	30	30	30	30
Pernyataan4	Pearson Correlation	,336	,544**	,500**	1	,805**
	Sig. (2-tailed)	,069	,002	,005		,000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,729**	,793**	,639**	,805**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,731	4

Lampiran 9. Regresi Linear Berganda

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Fasilitas, Keamanan, Lokasi, Harga_Sewa ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,906 ^a	,821	,793	,65212

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi, Keamanan, Harga_Sewa

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48,835	4	12,209	28,709	,000 ^b
	Residual	10,631	25	,425		
	Total	59,467	29			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi, Keamanan, Harga_Sewa

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,012	3,223		,314	,756
	Lokasi	,984	,098	,878	10,004	,000
	Keamanan	,075	,066	,099	1,137	,266
	Harga_Sewa	-,018	,093	-,018	-,197	,845
	Fasilitas	-,228	,115	-,181	-1,982	,059

a. Dependent Variable: Keputusan

Lampiran 10. Uji Sampel Berpasangan

T-Test

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 I_Sebelum_Pindah	13100000,0000	30	7155176,56834	1306350,53647
I_Sesudah_Pindah	9400000,0000	30	7535433,53900	1375775,64330

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 I_Sebelum_Pindah & I_Sesudah_Pindah	30	,852	,000

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	Df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 I_Sebelum_Pindah - I_Sesudah_Pindah	3700000,00000	4012050,81276	732496,91067	2201875,60553	5198124,39447	5,051	29	,000

Lampiran 11. Kuisoner Penelitian

Kuisoner

A. Karakteristik Responden

No	Keterangan	Jawaban
1.	No. Responden	
2.	Nama	
3	Usia	
3.	Jenis Kelamin	a. Pria b.Wanita
4.	Awal Pasar	
5.	Pendidikan	
6.	Pengalaman Berjualan(Tahun)	
7.	No. Hp	

B. Kenapa Bapak / Ibu memilih pindah ke pasar MMTC ?

.....

C. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda *lingkaran / bulat*(O) yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban disetiap pernyataan.

Keterangan Skor:

SS (Sangat Setuju) : diberi skor **5**

S (Setuju) : diberi skor **4**

KS (Kurang Setuju) : diberi skor **3**

TS (Tidak Setuju) : diberi skor **2**

STS (Sangat Tidak Setuju) :diberi skor **1**

Variabel Lokasi (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pasar Raya MMTC berlokasi ditempat yang mudah dijangkau oleh masyarakat	5	4	3	2	1
2.	Akses transportasi ke pasar MMTC mudah	5	4	3	2	1
3.	Lokasi Pasar MMTC dekat dengan rumah	5	4	3	2	1
4.	Lokasi Pasar Raya MMTC sangat strategis	5	4	3	2	1

Variabel Keamanan (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pasar raya Medan Mega Trade Centre mempunyai keamanan yang baik	5	4	3	2	1
2.	Pasar Raya Medan Mega Trade Centre tidak pernah terjadi kasus kehilangan barang dagangan	5	4	3	2	1
3.	Pasar Raya Medan Mega Trade Centre dijaga 24 jam	5	4	3	2	1
4.	Merasa aman meninggalkan barang dagangan apabila selesai berjualan	5	4	3	2	1

Variabel Harga Sewa (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga Sewa kios Pasar Raya Medan Mega Trade Centre yang ditawarkan oleh pengelola terjangkau.	5	4	3	2	1
2.	Harga Sewa kios yang ditawarkan sesuai dengan kualitas kios yang disediakan	5	4	3	2	1
3.	Harga sewa yang ditawarkan sesuai dengan manfaat dan keuntungan yang didapatkan	5	4	3	2	1
4.	Harga sewa yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas bangunan yang disediakan	5	4	3	2	1

Variabel Fasilitas (X₄)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pasar Raya Medan Mega Trade Centre mempunyai penerangan yang baik.	5	4	3	2	1
2.	Kebersihan Pasar Raya Medan Mega Trade Centre terjaga	5	4	3	2	1
3.	Pasar Raya Medan Mega Trade Centre mempunyai lapangan parkir yang luas	5	4	3	2	1
4.	Fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pedagang	5	4	3	2	1

Variabel Keputusan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Kebutuhan saya akan tempat berjualan sangat tinggi.	5	4	3	2	1
2.	Kios di pasar raya Medan Mega Trade Centre merupakan pilihan alternatif.	5	4	3	2	1

3.	Merasa yakin akan keputusan menempati pasar raya Medan Mega Trade Centre.	5	4	3	2	1
4.	Merasa puas dengan kios yang sudah ditempati	5	4	3	2	1

D. Apa kelebihan pasar raya MMTC yang Bapak /ibu rasakan dilihat dari tempat sebelumnya dari :

Lokasi:

.....

Keamanan :

.....

Harga Sewa:

.....

Fasilitas :

.....

E. Apa kekurangan pasar raya MMTC yang Bapak / Ibu rasakan dilihat dari tempat sebelumnya dari :

.....

F. Apa Kendala yang anda hadapi selama berjualan di pasar MMTC, Jika ada sebutkan ?

.....

G. Apa terdapat perbedaan biaya yang dikeluarkan selama berjualan dipasar raya MMTC dengan pasar sebelumnya?

1.Kebersihan:Rp.....Hari/Bulan

2.Retribusi : RpHari/Bulan

3.Transportasi:Rp.....Hari/Bulan

4.Harga sewa:RpTahun

J. Berapakah Pendapatan yang diperoleh ?

1. Dipasar sebelumnya :Rp.....Hari

2. Dipasar sekarang :Rp.....Hari

TERIMAKASIH