



Unit UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEMAMPUJUALAN PEDAGANG PAKAIAN
MEREK PRADO DIPASAR DUKUN
KABUPATEN GRESIK**

TESIS

Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen (MM)
Pada Program Pasca Sarjana
Program Studi Magister Manajemen
Universitas Jember

Asal: Hadiah Klass
~~Permisian~~ 658.81
Terima Tgl : 30 MAR 2002 MAS
No. Induk : 240 f
Oleh: SRS
KLASIR / PENYALIN: e.1

MAS'UD

NIM : 990820101289

**UNIVERSITAS JEMBER PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2002**

Lembar Pengesahan

TESIS INI TELAH DISETUJUI

Tanggal September 2001

Oleh

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. H. Harijono, SU.

NIP. 130 350 765

Pembimbing,



Drs. P. Edi Suswandi, MP.

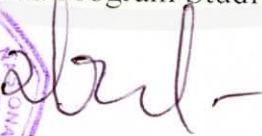
NIP. 131 472 792

Mengetahui

Universitas Jember Program Pascasarjana

Program Studi Magister Manajemen

Ketua Program Studi



Prof. Dr. H. Harijono, SU.Ec.

NIP. 130 350 765

JUDUL TESIS

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAMPUJUALAN PEDAGANG PAKAIAN MEREK PRADO DI PASAR DUKUN KABUPATEN GRESIK

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : MAS'UD
NIM : 990820101289
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

19 FEBRUARI 2002

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Program Pascasarjana Universitas Jember.

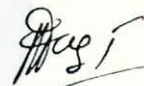
Susunan Panitia Penguji

Ketua,



Prof. Dr. Murdijanto Pb, SE., SU.
NIP : 130 350 767

Anggota I,



Dra. Diah Yulisetiari, MSi
NIP : 131 624 474

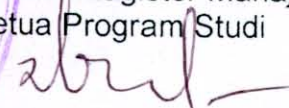
Anggota II,



Prof. Dr. H. Harijono, SU.Ec.
NIP : 130 350 765



Mengetahui/menyetujui
Universitas Jember Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program Studi



Prof. Dr. H. Harijono, SU.Ec.
NIP : 130 350 765

Bismillahirrohmanirrohim,

Puji syukur alhamdulillah kami panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat, petunjuk, karunia dan ridlo-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan judul, " **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEMAMPUJUALAN PEDAGANG PAKAIAN MEREK PRADO DIPASAR DUKUN KABUPATEN GRESIK**".

Tesis ini dapat diselesaikan adalah berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak oleh karenanya tidak berlebihan apabila pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya kepada :

Bapak **Prof. DR. H. Harijono, SU, Ec** selaku Pembimbing Utama dengan penuh kesabaran dan ketelitian memberikan bimbingan, pengarahan dan saran-saran dalam penulisan tesis ini.

Bapak **Drs. P. Edi Siswandi, MP** selaku Pembimbing Co yang dengan penuh ketulusan dan keiklasan hati memberikan bimbingan, pengarahan, dan saran-saran hingga selesainya penulisan tesis ini.

Dan tak lupa kepada tim-tim penguji saya ucapkan banyak-banyak terima kasih yaitu kepada Bapak **Prof. DR. Murdijanto Pb, SE, SU** sebagai ketua, Ibu **Dra. Diah Yulisetiari, MSi** sebagai sekretaris, dan Bapak **Prof. DR. Harijono, SU** sebagai anggota yang sudah memberikan masukan-masukan yang sangat berguna bagi perbaikan tesis saya ini.

Tiada lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Jember beserta Staf yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Pendidikan Program Magister Manajemen.

Bapak **Prof. Dr. H. Harijono, SU, Ec** selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen yang banyak memberikan saran-saran.

Seluruh Dosen Pasca Sarjana Universitas Jember yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dengan penuh ikhlas.

Semua teman-teman Program Studi Manajemen kelas IVB angkatan 2000 yang banyak memberikan masukan-masukan, saran dan kritik dalam penulisan Tesis ini.

Sujud dan terima kasih yang dalam kami persembahkan kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta atas dukungan moril dan materiil serta do'a yang selalu dipanjatkan demi keberhasilan Ananda.

Digital Repository Universitas Jember

Ucapan terima kasih secara *khusus* disampaikan kepada *adikku LUSY* yang dengan tulus memberikan dorongan serta motivasi

Untuk saudaraku **Khusnul Yaqin** dan istri tercintanya **Siti Muzlifah** yang telah mengorbankan tenaga dan waktunya dalam proses penelitian ini saya ucapkan juga terima kasih

Dan semua *pihak* yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas peran sertanya dalam pembuatan Tesis ini

Akhirnya kami menyadari bahwa karya sederhana ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu kritik dan saran yang baik akan diterima dengan ketulusan hati.

Surabaya, Januari 2002

Penulis



Pedagang eceran merupakan pedagang penyalur dari produsen ke konsumen. Usaha perdagangan informal atau sering juga disebut pedagang kaki lima ini merupakan salah satu bentuk dari pedagang eceran. Kelompok pedagang ini pada umumnya terdiri dari kelompok pedagang ekonomi lemah, dan umumnya terdiri dari penduduk pendatang yang gagal mendapatkan pekerjaan dikota. Akibat kegagalan ini mendorong mereka untuk berwiraswasta,

Salah satu kasus yang menarik untuk di amati adalah kegiatan pedagang kaki lima yang menggelar kegiatannya di Pasar Dukun Kabupaten Gresik. Keunikan dari pasar ini adalah bahwa pasar ini hanya berlangsung pada salah satu hari pasaran jawa (**Pahing, Pon, Wage, Kliwon, Legi.**) yaitu wage atau dengan kata lain pasar ini akan optimal dalam arti berkumpulnya para pedagang dan pengunjung (pembeli) hanya pada hari pasaran wage lima hari sekali. Rotasi hari dalam pasaran Jawa dimulai dari **Pahing, Pon, Wage, Kliwon, Legi.** Sehingga dalam satu bulan hanya terjadi enam kali transaksi dipasar.

Penelitian terhadap pedagang eceran yang berjualan di pasar Dukun Gresik ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan pedagang pakaian merek Prado di pasar Dukun Kabupaten Gresik.

Pengujian dilakukan atas semua faktor-faktor yang diduga mempengaruhi kemampuan pedagang pakaian yaitu : *pengalaman pedagang*(X_1) , *persediaan barang*(X_2), *waktu berjualan*(X_3), *kondisi barang yang dijual*(X_4) , *modal*(X_5) , *lokasi berjualan* (X_6). Dari keenam faktor yang diduga menjadi faktor yang mempengaruhi kemampuan pedagang pakaian tersebut akan dianalisis faktor mana saja yang mempengaruhi kemampuan pedagang pakaian di pasar Dukun Gresik dan faktor apa yang paling dominan mempengaruhi kemampuan pedagang pakaian tersebut

Setelah melakukan pengolahan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi penjualan pedagang pakaian di pasar Dukun-Gresik dengan menggunakan program SPSS melalui metode Analisis Regresi, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Pengalaman Pedagang (X_1); Persediaan Barang (X_2); Waktu Berjualan (X_3); Kondisi Barang yang di Jual (X_4); Modal (X_5); Lokasi Berjualan (X_6) **berpengaruh simultan atau secara bersama-sama** terhadap Kemampuan Pedagang Pakaian merek Prado di Pasar Dukun - Gresik (Y).hal ini dapat dibuktikan dengan nilai F_{hitung} (75.147) lebih besar dari nilai F_{tabel} (2,1) dengan probabilitas kesalahan sebesar 0,0000.
2. Waktu Berjualan (X_3) **secara dominan mempengaruhi** Kemampuan Pedagang Pakaian merek Prado di Pasar Dukun - Gresik (Y). dibuktikan dengan besarnya nilai korelasi yang terjadi (paling tinggi) antara variabel bebas Waktu Berjualan (X_3) dengan variabel terikat Kemampuan pakaian merek Prado pada Pedagang Pakaian di Pasar Dukun - Gresik (Y) atau dengan kata lain bahwa variabel ini adalah variabel yang pertama kali masuk dalam model dengan probabilitas kesalahan kurang dari 5%. Dengan melihat nilai koefisien Determinasi (r^2) sebesar 49,6% variabel waktu berjualan ini dapat disimpulkan memberikan sumbangan variansi terbesar diantara variabel-variabel lainnya.

ABSTRACT

The retail merchant is a merchant who distributes goods from producer to consumer. This informal trade or in popular called side walk merchant is kind of retail merchant. This merchant group, usually made of weak economy merchants, and generally made of new comer who failed getting job in the city. Because of this, encourage them to run private enterprise

One of interesting cases that could be observed is side walk merchant activities who work in Dukun market, Gresik. The interesting thing is that this market takes place only one of a jawanese days (Pahing, Pon, Wage, Kliwon, Legi) namely wage or another word said that this market will be optimal, in the meaning say merchants and buyer gather only on wage (Once in 5 days). The rotation starts from pahing, pon, wage, kliwon, legi. So there are six transaction in a month in the market

The aim of research to the retail merchants who sell in Dukun market Gresik is the find out factor that can influence selling ability of weak economy merchants

The observation was carried out to all factors that were assumed it could influence selling ability of cloth merchants such as: merchants experiences (X_1), Good merchants (X_2), duration (X_3), Condition of goods (X_4), Financial Capital (X_5), Location (X_6). From those factor that were assumed become factors that can influence selling ability of cloth merchants would be analyzed to find out which factor that can influence selling ability of cloth merchants in Dukun market Gresik and which factors that is dominant to influence selling ability of cloth merchants

After analysing to all variables that could influence selling of cloth merchants in Dukun market Gresik by using SPSS program and Regression Analysis method, it can be concluded

1. Merchants experiences (X_1), Good merchants (X_2), duration (X_3), Condition of goods (X_4), Financial Capital (X_5), Location (X_6): Influence selling ability of cloth merchants with prado (merk) in Dukun market Gresik (Y). That can proved by Fhit value (75147) bigger than F tab Value (2,1) in failure probability 0,00000
2. Duration (X_3) dominantly can influence selling ability of cloth merchants (Prado) in Dukun market Gresik (Y), Can be proved by the highest correlation value between duration (X_3) and selling ability of cloth merchants with prado (merk) in Dukun market Gresik (Y) or another word said that this variable is the first comer in model in failure probability less than 5 %. By knowing Determination coefficient (r^2) 49,6 % duration (X_3) it can be concluded that can give the biggest variant

HALAMAN JUDUL		Hal
LEMBAR PENGESAHAN		i
HALAMAN PENETAPAN		iii
UCAPAN TERIMA KASIH		iv
RINGKASAN		v
ABSTRACT		vii
DAFTAR ISI		viii
DAFTAR TABEL		ix
DAFTAR GAMBAR		xi
DAFTAR LAMPIRAN		xii
		xiii
Bab I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Perumusan Masalah	3
	1.3 Tujuan Penelitian	3
	1.4 Kegunaan Penelitian	3
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	5
	2.1 Pengertian dan Pentingnya Toko Eceran	5
	2.2 Klasifikasi Pengecer	7
	2.3 Memilih lokasi tempat toko Eceran	10
BAB III	KERANGKA KONSEPTULA DAN HIPOTESIS	12
	3.1 Kerangka Konseptual	12
	3.2 Hipotesis	14
BAB IV	METODE PENELITIAN	15
	4.1 Objek Penelitian	15
	4.2 Metode Pengambilan Data	15
	4.3 Identifikasi Variabel Penelitian	16
	4.4 Definisi Operasional Variabel	18
	4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	26
	4.6 Metode Analisis	34
	4.6.1 Uji F	34
	4.6.2 Uji t	36
	4.7 Pengujian Asumsi Klasik	37
	4.7.1 Uji Durbin Watson	38
	4.7.2 Uji Heterokedastisitas	40
	4.7.3 Uji Multikolinieritas	40

BAB V	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
	5.1 Proses Pengumpulan Data	41
	5.2 Analisis Deskriptif Tentang Responden	41
	5.3 Analisis Hasil Penelitian & Uji Hipotesis	46
	5.3.1 Pembuktian Hipotesis Pertama	46
	5.3.2 Pembuktian Hipotesis Kedua	48
	5.4 Uji Asumsi Klasik	54
	5.5 Pembahasan Hasil	57
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	60
	6.1 Kesimpulan	60
	6.2 Saran	62
	Daftar Pustaka	



No	Judul	Hal
4.1	Korelasi antara total variabel X_1 dengan setiap item Variabel X_1	27
4.2	Korelasi antara total variabel X_2 dengan setiap item Variabel X_2	28
4.3	Korelasi antara total variabel X_3 dengan setiap item Variabel X_3	28
4.4	Korelasi antara total variabel X_4 dengan setiap item Variabel X_4	28
4.5	Korelasi antara total variabel X_5 dengan setiap item Variabel X_5	29
4.6	Korelasi antara total variabel X_6 dengan setiap item Variabel X_6	29
4.7	Korelasi antara total variabel Y dengan setiap item Variabel Y	29
4.8	Reliability Test (X_1)	31
4.9	Reliability Test (X_2)	31
4.10	Reliability Test (X_3)	32
4.11	Reliability Test (X_4)	32
4.12	Reliability Test (X_5)	33
4.13	Reliability Test (X_6)	33
4.14	Reliability Test (Y)	34
5.1	Usia Responden	42
5.2	Status Pedagang	43
5.3	Asal Daerah Pedagang	44
5.4	Tingkat Pendidikan Pedagang	45
5.5	Analisis Varians	46
5.6	Ringkasan Model	47
5.7	Koefisien Regresi	48
5.8	Koefisien Regresi metode StepWise	53
5.9	Durbin-Watson	55
5.10	Anova	56
5.11	Koefisien Korelasi	57

Daftar Gambar

No	Judul	Hal
3.1	Kerangka Konseptual	11
4.1	Daerah Penolakan Uji F	36
4.2	Daerah Penolakan Uji t	37
5.1	Diagram Tentang Usia Responden	42
5.2	Diagram Tentang Status Perkawinan Responden	43
5.3	Diagram Tentang Asal Daerah Pedagang	44
5.4	Diagram Tentang Tingkat pendidikan Para pedagang	45
5.5	Distribusi kriteria Penerimaan /Penolakan hipotesis secara Simultan	47
5.6	Distribusi kriteria Penerimaan /Penolakan hipotesis var X_1	49
5.7	Distribusi kriteria Penerimaan /Penolakan hipotesis var X_2	50
5.8	Distribusi kriteria Penerimaan /Penolakan hipotesis var X_3	50
5.9	Distribusi kriteria Penerimaan /Penolakan hipotesis var X_4	51
5.10	Distribusi kriteria Penerimaan /Penolakan hipotesis var X_5	51
5.11	Distribusi kriteria Penerimaan /Penolakan hipotesis var X_6	52

Daftar lampiran

1. Lampiran Kuisioner
2. Lampiran I (Lampiran DATA)
3. Lampiran II (ANALISIS)





BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Permasalahan

Pedagang eceran merupakan pedagang penyalur dari produsen ke konsumen. Sarana yang dipakai dalam melakukan aktivitas penghubung dapat dilakukan dengan menggunakan jasa tertentu, misalnya pos, telepon, fasilitas toko dan lain sebagainya

Usaha perdagangan informal atau sering disebut juga pedagang kaki lima merupakan salah satu bentuk dari pedagang eceran. Kelompok pedagang ini pada umumnya terdiri dari kelompok pedagang ekonomi lemah, dan umumnya terdiri dari penduduk pendatang yang gagal mendapatkan pekerjaan dikota. Akibat kegagalan ini mendorong mereka untuk berwiraswasta. Salah satu obyek kegiatan adalah sebagai pedagang di Pasar Dukun Kabupaten Gresik.

Pasar ini hanya berlangsung setiap hari pasaran wage atau dengan kata lain pasar ini akan optimal dalam arti berkumpulnya para pedagang dan pengunjung (pembeli) hanya pada hari pasaran wage lima hari sekali. Rotasi hari dalam pasaran Jawa dimulai dari **Pahing, Pon, Wage, Kliwon, Legi**. Sehingga dalam satu bulan hanya terjadi enam kali transaksi dipasar. Pasar Dukun merupakan salah satu pasar di kota Gresik yang mempunyai trend perkembangan yang semakin meningkat dibandingkan dengan pasar-pasar lain dikota Gresik, oleh karenanya maka pasar Dukun menjadi pasar unggulan dikota Gresik. Meskipun pasar Dukun hanya beroperasi sebanyak itu dalam sebulan. Pada hari-hari yang lain mereka menjalankan kegiatannya dipasar-pasar yang lain sesuai dengan hari pasarannya.

Hal itu yang dapat memotivasi untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong pedagang bertahan pada rotasi pasar demikian. Sebelum masuk ke pasar dalam arti disini adalah berjualan, maka pedagang harus mempunyai persiapan yang matang yang meliputi baik itu mental maupun

materi sehingga pada situasi apapun pedagang tersebut mampu bertahan. Untuk itu para pedagang dalam meningkatkan kemampuannya terhadap barang yang dijual, ada beberapa faktor yang dominan yang dapat memberikan input bagi pedagang tersebut dalam mencapai hasil yang diharapkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu pengalaman pedagang, persediaan barang, waktu berjualan, kondisi barang, modal, dan lokasi berjualan. Keenam faktor tersebut harus dikuasai dan dimiliki oleh setiap pedagang agar mereka bisa mendapatkan keuntungan yang diinginkan.

Karena pasar hanya beroperasi setiap pekan sekali, maka dapat dipastikan bahwa barang-barang yang diperjualbelikan bukan merupakan barang konsumsi sehari-hari. Dalam penelitian ini lingkup bahasan masalah akan dibatasi pada pedagang pakaian jadi, sesuai dengan mayoritas komoditas yang diperdagangkan.

Barang-barang yang paling banyak dijual adalah produk pakaian jadi, yang meliputi berbagai macam baju, celana panjang, pakaian anak-anak, pakaian wanita dan berbagai jenis pakaian lainnya. Produk yang beredar di pasar Dukun rata-rata adalah produk lokal artinya produk tersebut diproduksi dan diedarkan di daerah setempat.

Salah satu produk yang sudah lama beredar dan dijual di pasar Dukun adalah produk pakaian merek Prado. Produk ini diproduksi di daerah Gresik tepatnya di kawasan Jl Panglima Sudirman Gresik. Produk Prado memang ditujukan khusus bagi kalangan menengah ke bawah. Sehingga tepat kiranya apabila produk ini dipakai oleh kalangan masyarakat di daerah Dukun Gresik dan sekitarnya. Produk yang dihasilkan oleh Prado adalah Kemeja, Pakaian wanita (daster) dan pakaian anak-anak.

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar-belakang permasalahan maka akar permasalahannya dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah faktor-faktor pengalaman pedagang, persediaan barang, waktu berjualan, kondisi barang yang di jual, modal, lokasi berjualan secara bersama-sama mempengaruhi kemampujualan pedagang pakaian merek Prado di Pasar Dukun - Gresik
2. Diantara faktor-faktor tersebut faktor manakah yang berpengaruh dominan terhadap kemampujualan pedagang pakaian merek Prado di Pasar Dukun - Gresik

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan perumusan permasalahan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengalaman pedagang, persediaan barang, waktu berjualan, kondisi barang yang di jual, modal, lokasi berjualan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kemampujualan pedagang pakaian merek Prado di Pasar Dukun - Gresik
2. Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap kemampujualan pakaian merek Prado di Pasar Dukun - Gresik

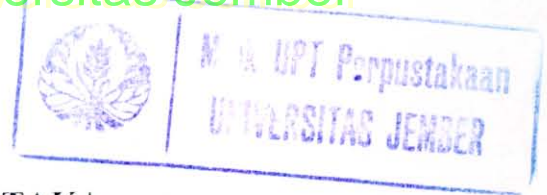
1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi akademisi, penelitian ini dapat dipakai sebagai referensi kajian teori terutama yang berkenaan dengan dunia usaha pedagang eceran sektor informal.
2. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat dipakai sebagai pelengkap dari hasil-hasil penelitian yang sudah ada, lebih dari itu penelitian ini dapat dikembangkan lebih jauh untuk mengetahui secara lebih mendalam akan hal-hal yang berkenaan dengan pedagang eceran sektor informal.

- 3 Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai dasar pertimbangan dalam rangka memberikan pembinaan kepada pedagang eceran sektor informal untuk meningkatkan eksistensi serta kinerjanya.





BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian dan Pentingnya Toko Eceran

Toko eceran mirip salah satu kegiatan penting dalam perdagangan. The American Marketing Association yang telah dikutip oleh Swasta (1991 ; 21) mendefinisikan bahwa toko eceran adalah usaha perdagangan yang pokoknya melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen akhir. Pengertian itu didasarkan atas kepada siapa mereka menjual. Oleh karena itu perdagangan eceran meliputi semua kegiatan pemasaran yang berhubungan dengan usaha untuk menjual pada konsumen akhir.

Menurut Niti Semito (1993 ; 63) toko eceran sebagai usaha pemasaran berarti tidak terlepas dari aspek distribusi. Toko eceran adalah suatu lembaga distribusi akhir yang langsung berhadapan dengan konsumen dalam kegiatan menjual barang-barangnya. Menurut pengertian tersebut lembaga distribusinya disebut toko eceran. Sedangkan aktifitas dari toko eceran untuk menawarkan langsung pada konsumen dan hal-hal yang bersangkutan paut dengan aktivitas. Berdasar pengertian diatas, dapat diketahui bahwa toko eceran yang melakukan aktivitas perdagangan eceran tidak saja terbagi pada toko atau warung tetapi lebih luas, termasuk penjualan dari rumah ke rumah, eceran melalui surat dan sebagainya. Dengan demikian dalam perdagangan eceran antara penjual dan pembeli tidak selalu berhadapan secara langsung sebagai dalam bentuk pengecer toko, tetapi dapat juga melalui pengecer non toko, namun berdasarkan fakta saat ini penjual dalam bentuk toko jumlahnya lebih besar dibandingkan pengecer yang bukan toko.

Toko eceran punya peran yang penting dalam kegiatan perdagangan. Hal itu seperti dikutip pendapat Swasta (1991 ; 30) yang

mengemukakan bahwa toko eceran mempunyai fungsi yang sangat penting antara lain sebagai berikut :

1. Menyediakan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen
2. Menciptakan keseimbangan antara harga dan kualitas yang diperdagangkan
3. Menempatkan diri sebagai sumber barang-barang bagi konsumen.
4. Mengkombinasikan beberapa jenis barang tertentu
5. Melakukan jasa-jasa eceran untuk barang tersebut.
6. Melakukan tindakan-tindakan dalam persaingan.

Sementara itu Burke (1994 ; 38) menyatakan bahwa toko eceran dapat berguna membantu konsumen mengerti bagaimana dapat berbelanja dengan mudah. Untuk meyakinkan para konsumen bahwa terdapat bermacam-macam barang-barang kebutuhan dengan desain toko nyaman dan pengelompokan produk sehingga dapat memaksimalkan laba meningkatkan performance toko.

Menurut Djumarti (1994 ; 34) fungsi toko eceran tersebut menunjukkan bahwa toko eceran sangat penting karena merupakan ujung atau muara dari mata rantai dari kegiatan ekonomi yang meliputi produksi, grosir (agen) pengecer dan konsumen. Hal ini dapat dipahami karena pengecer adalah perantara terakhir yang berhubungan dengan konsumen sehingga mempunyai pengaruh yang besar terhadap kelancaran penjualan sampai pada tempat-tempat terpencil letaknya. Adanya pengecer secara tidak langsung merupakan servis kepada konsumen sebab konsumen dapat membeli dalam jumlah kecil sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan, pada tempat yang dekat dan harga yang pantas pula seperti yang telah di kutip oleh Alex S.Nitisemito (1993 ; 163)

Dengan demikian, pengecer memiliki posisi yang efektif bagi kedua pihak pelaku perdagangan yaitu konsumen dan produsen. Bagi pihak konsumen adanya manajemen perdagangan yang profesional menjadikan

pengecer bertindak sebagai agen pembelian terpercaya yang mampu menyajikan produk dengan kualitas dan harga yang sesuai. Sedangkan bagi produsen, pengecer bertindak sebagai penjual produk yang sekaligus mampu menginterpretasikan secara tepat kebutuhan kalangan konsumen.

2.2 Klasifikasi Pengecer

Menurut Stanton (1991 ; 14) dalam masyarakat terdapat bermacam-macam pengecer. Menggolongkan pengecer atas dasar beberapa faktor yakni berdasarkan pada volume penjualan, lini produk yang dijual, bentuk kepemilikan usaha, dan metode operasi yang dipakai

1. Berdasarkan volume penjualan

Volume penjualan merupakan dasar yang berguna untuk mengklarifikasikan pengecer karena pengecer mempunyai ukuran yang berbeda-beda (diukur dalam penjualannya). Dengan manajemen yang berbeda pula. Oleh karena, pengecer dapat dibagi menjadi tiga bagian yaitu pengecer skala besar, menengah, dan kecil.

- a) Pengecer skala besar adalah usaha eceran bermodal diatas 500 juta rupiah, memiliki luas lantai jual 2-5 ribu m². Barang yang dijual berkisar 20-40 ribu item, yang terdiri atas barang keperluan rumah tangga sampai dengan barang mewah. Pengecer yang termasuk golongan ini adalah departmen store dan chain store.
- b) Pengecer skala menengah adalah pengecer yang bermodal antara 50-500 juta rupiah memiliki ruang jual antara 25 ribu kaki menjual banyak dan beragam barang biasanya lebih dari 12.000 barang. Pengecer yang termasuk golongan ini adalah conviniense store dan pengecer-pengecer pasar induk di pusat perbelanjaan Modern dan super market.
- c) Pengecer skala kecil adalah usaha eceran dengan model dibawah 500 juta luas lantai 4 - 16 m². Umumnya bersifat informal dan tidak memenuhi kebutuhan yang bersifat masal. Pengecer ini termasuk

golongan pedagang kaki lima kios, warung, pedagang kecil yang aktif dipasar tradisional tiap minggu atau harian dan para pedagang di pusat perbelanjaan tradisional.

2. Berdasarkan lini produk yang dijual

Pengecer berdasarkan lini produk yang diperdagangkan dapat dibedakan menjadi 2 kategori yaitu pengecer yang menjajakan barang dagangan serba ada dan pengecer dengan jenis barang terbatas.

a) Pengecer yang menjajakan barang dagangan serba ada

Pedagang semacam departement store dimasukkan dalam kategori ini karena merupakan pedagang eceran yang menjual aneka ragam lini produk mulai dari pakaian jadi barang elektronik perabot rumah tangga hingga barang mewah dan masih banyak yang lainnya. Pengecer besar semacam ini biasanya diorganisir secara profesional oleh perusahaan – perusahaan yang besar

b) Pengecer dengan jenis barang terbatas

Pengecer dalam kategori ini hanya memperdagangkan satu atau beberapa lini produk yang berkaitan satu dengan lainnya. Pengecer ini biasanya dapat diidentifikasi lini produk yang dijual misalnya toko sepatu, toko alat rumah tangga dsb.

3. Berdasarkan bentuk kepemilikan usaha

Berdasarkan bentuk kepemilikan usaha dapat digolongkan ke dalam 3 jenis yaitu

a) Partai korporat :

Mengelola 2 atau lebih pengecer, pada umumnya menangani merek atau jenis produk yang sama dengan pemilik serta manajemen yang sentral. Di Indonesia chain store terbesar adalah matahari yang pada tahun 1995 memiliki sekitar tujuh puluh rantai pengecer terbesar.

b) Pengecer mandiri :

Pengecer ini tidak dimiliki oleh sekelompok orang akan tetapi hanya seorang yang biasanya berfungsi juga sebagai pemimpinnya. Dalam pengecer mandiri, pengusaha lebih bebas dalam menentukan kebijakan dan strateginya.

c) Sistem franchise :

Bentuk lain adalah pengecer yang memakai sistem franchise. Franchise adalah sebuah sistem dengan pemasok (*franchisor*) yang memberikan izin untuk memproduksi produk yang sama dan juga memberikan hak kepada penyalur untuk memasarkan hasil produksinya dengan merek aslinya . Contoh bentuk ini adalah McDonald, Kentucky atau coca-cola. Dalam hal ini pemasok tetap mengawasi hasil produksinya agar produk dan mutunya terjaga keasliannya.

4. Berdasarkan metode operasi yang dipakai dapat dibedakan

a) Swalayan :

yaitu memperdagangkan bermacam-macam barang (mulai dari rumah tangga sampai dengan sayur-mayur) yang dioperasikan atas dasar swalayan (pelayanan sendiri) dengan pelayanan sedikit mungkin pada konsumen. Penawaran harganya menawan dan biasanya berada dalam ruangan yang luas.

b) Discount House :

adalah bentuk penjualan dengan mengembangkan potongan harga di jual dibawah harga umum yang di iklankan.

c) Non Store Retailing :

Metode penjualan di luar sarana toko. Prosentase penjualan yang dilakukan bentuk eceran ini semakin meningkat. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa 1/3 dari penjualan secara umum dilakukan

dengan penjualan eceran bukan toko. Metode ini meliputi penjualan pribadi seperti penjualan dari rumah ke rumah.

2.3 Memilih lokasi tempat toko eceran

Lokasi tempat toko eceran sangat besar pengaruhnya terhadap kelancaran penjualan dalam menyampaikan barang dagangannya dari produsen ke konsumen akhir sehingga respon konsumen sangat ditentukan oleh kemampuan pedagang eceran dalam menyalurkan barang. Penyalur barang dapat menjangkau konsumen terbesar apabila proses distribusi pedagang eceran memilih lokasi usaha yang strategis.

Menurut studi tentang pola *Retail Bussines* di wilayah DKI Jakarta yang dilakukan oleh Idris dan Sucherly (1987;36). Usaha eceran dibedakan menjadi 6 lokasi, yakni :

1. Pembelanjaan,
2. Pusat pertokoan,
3. Toko serba ada,
4. Pasar swalayan
5. Pasar kaki lima
6. Pasar perumahan

Selanjutnya mereka menyatakan bahwa dalam pemilihan lokasi , biasanya yang dipertimbangkan adalah aspek tempat usaha, luas tempat usaha dan status kepemilikan.

a) Tempat usaha

Hasil studi menunjukkan bahwa sekitar 54% pedagang telah memilih lokasi usaha di perumahan. Pemilik lokasi ini didasarkan pada suatu pertimbangan karena daerah perumahan merupakan konsentrasi konsumen, sedangkan eceran yang memilih perumahan sebagai lokasi usaha dibedakan menjadi 2 tipe lokasi yaitu tempat usaha bersatu dengan tempat tinggal dan tempat usaha yang berdiri sendiri di dekat tempat

tinggal. Keuntungan dari usaha eceran di perumahan adalah lokasi perumahan mempunyai fungsi ganda, selain tempat tinggal juga sebagai tempat usaha sehingga kegiatan usaha dilakukan bersamaan dengan kegiatan rumah tangga.

b) Luas Tempat Usaha

Luas tempat usaha bervariasi. Menurut study Idris dan Sucherly di Jakarta umumnya 81% adalah tetap atau tidak dilakukan perluasan tempat. Hal ini disebabkan tidak mempunyai kemampuan untuk investasi pada tempat atau mungkin mempunyai investasi tetapi tidak dapat melakukan perluasan tempat usaha.

c) Status Kepemilikan Tempat Usaha.

Menurut study Idris dan Sucherly tentang status kepemilikan tempat usaha menunjukkan bahwa 64% toko eceran merupakan milik sendiri dan yang statusnya sewa kontrak sekitar 31%. Sedangkan status lainnya (patungan dll) dibawah 4%. Kepemilikan tempat usah sangat penting sebab akan memudahkan perusahaan dalam mengembangkan usahanya

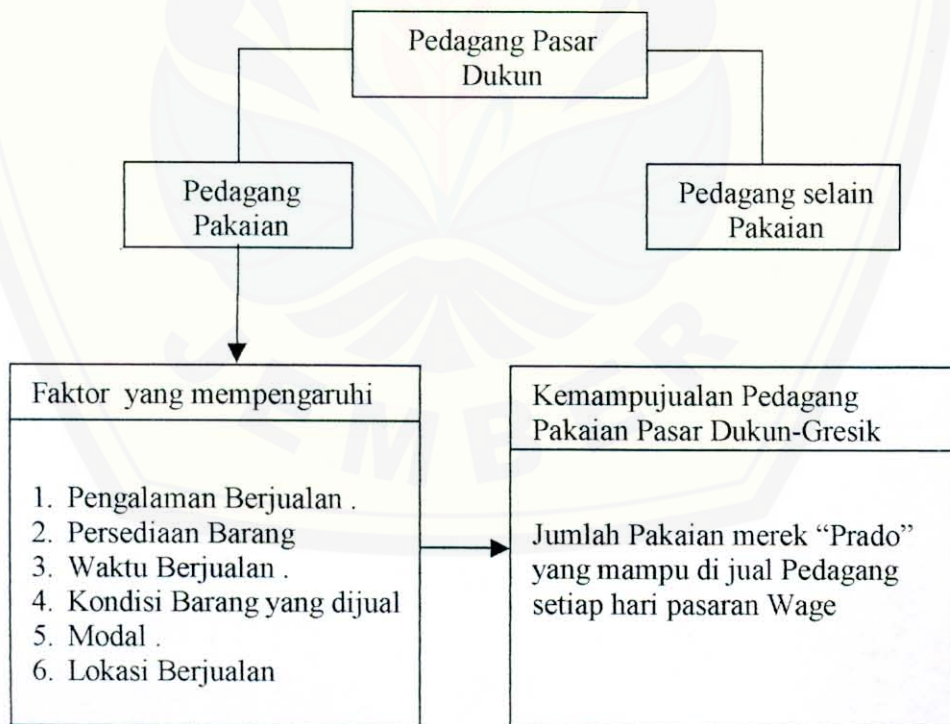
BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

3.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori serta perumusan masalah yang diterangkan dalam tulisan ini dan agar dapat menjawab rumusan masalah maka pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Proses pendekatan kuantitatif ini menitikberatkan pada pengujian hipotesis, dengan data yang digunakan terukur dan diharapkan kesimpulannya dapat digeneralisasi. Pendekatan ini menggunakan model atau alat analisis statistik inferensial yang dapat memberikan kesimpulan

**Gambar 3.1
Kerangka Konseptual**



Gambar 3.1 menjelaskan bahwa permasalahan pokok dari penelitian ini berpangkal pada hal-hal yang mempengaruhi penjualan pedagang pakaian di pasar Dukun-Gresik. Timbulnya permasalahan ini diduga disebabkan oleh enam buah faktor. Keenam faktor tersebut diduga mempengaruhi kemampuan penjualan pakaian oleh pedagang di pasar Dukun Gresik.

Menurut Evan J Douglas (1992 ; 117) Penentuan bentuk model analisis dapat dimulai dengan suatu fungsi teoritis secara umum yaitu yang menyatakan hubungan secara teoritis antara variable-variabel yang ada. Hubungan tersebut terdiri dari suatu variable terikat (dependent variable) dengan variable-variabel bebas (independent variable) yang berfungsi sebagai determinan. Model persamaan umum teoritis tersebut adalah :

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)$$

Dimana :

- Y : Variabel terikat (kemampuan penjualan pakaian)
- X₁ : Variabel bebas ke-1 (pengalaman pedagang)
- X₂ : Variabel bebas ke-2 (persediaan barang)
- X₃ : Variabel bebas ke-3 (waktu penjualan)
- X₄ : Variabel bebas ke-4 (kondisi barang yang dijual)
- X₅ : Variabel bebas ke-5 (modal)
- X₆ : Variabel bebas ke-6 (lokasi penjualan)

Secara umum bentuk fungsi di atas dapat dijabarkan atau diformulasikan ke dalam bentuk model persamaan linier regresi ganda adalah :

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_{1i} + \beta_2 \cdot X_{2i} + \beta_3 \cdot X_{3i} + \beta_4 \cdot X_{4i} + \beta_5 \cdot X_{5i} + \beta_6 \cdot X_{6i} + \epsilon_i$$

Dimana i menyatakan suatu pengamatan ke- i . β_1, \dots, β_6 merupakan parameter yang menyatakan hubungan antara variable X_i dan Y . Sedangkan ε merupakan kesalahan estimasi yang biasa disebut dengan error.

Selanjutnya digunakan model persamaan estimasi dengan indikasi variabel-variabelnya yang dinyatakan sebagai berikut :

$$\hat{Y}_i = b_0 + b_1 \cdot X_{1i} + b_2 \cdot X_{2i} + b_3 \cdot X_{3i} + b_4 \cdot X_{4i} + b_5 \cdot X_{5i} + b_6 \cdot X_{6i} + e.$$

Dimana :

\hat{Y}_i menyatakan nilai taksiran dari variabel dependent.

b_1, \dots, b_6 menyatakan taksiran dari parameter.

X_1, \dots, X_6 menyatakan variabel independent.

e menyatakan error atau kesalahan.

3.2 Hipotesis

Berdasarkan pokok masalah yang telah dirumuskan dan mengacu pada kerangka teoritis yang dikemukakan, hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

1. Pengalaman Pedagang (X_1); Persediaan Barang (X_2); Waktu Berjualan (X_3); Kondisi Barang yang di Jual (X_4); Modal (X_5); Lokasi Berjualan (X_6) berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kemampujualan Pakaian merek Prado pada Pedagang Pakaian di Pasar Dukun - Gresik (Y).
2. Salah satu diantara variabel yaitu Waktu Berjualan (X_3) secara dominan mempengaruhi Kemampujualan Pakaian merek Prado pada Pedagang Pakaian di Pasar Dukun - Gresik (Y)



BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pedagang pakaian jadi di pasar Dukun Gresik, yaitu para pedagang pakian yang biasa mangkal di pasar tersebut hanya pada hari pasaran (jawa) “Wage”

Penelitian yang dilakukan termasuk penelitian survey, menurut Singarimbun dan Effendi (1989; 18) penelitian Survey yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Penelitian survey dilakukan terhadap sejumlah individu atau unit, baik secara sensus maupun dengan menggunakan sampel. Menurut Nazir (1999 ; 34) Jika seluruh seluruh anggota populasi diwawancarai, penelitian ini dinamakan survey populasi atau yang biasa disebut sensus, sedangkan bila hanya dilakukan sebagian populasi tertentu dari keseluruhan populasi, maka disebut survei sampel.

Populasi penelitian adalah para pedagang pakaian jadi di pasar Dukun-Gresik. Dari informasi berupa data sekunder yang di dapat dari petugas pasar Dukun -Gresik dapat diketahui bahwa jumlah para pedagang pakaian jadi yang berdagang setiap hari wage berjumlah ± 150 orang

4.2 Metode Pengambilan Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini bersumber dari :

1. Data Primer, yaitu data yang bersumber dari ± 150 pedagang yang berdagang di pasar Dukun-Gresik, dengan menggunakan pengisian kuesioner dan wawancara terhadap responden. Kuisoner disusun dalam bentuk pertanyaan untuk memperoleh data deskriptif dan data untuk pengujian hipotesis. Menurut Nazir

(1999 ; 43) Skala Perbedaan Semantik dengan 5 buah titik digunakan untuk menyusun daftar pilihan jawaban. Kuisioner disebar mulai awal bulan Juli sampai dengan bulan Agustus 2001. Dari ± 150 orang pedagang yang berdagang di pasar Dukun-Gresik ternyata hanya 127 orang pedagang saja yang masih dapat dipantau dan diambil datanya. Sedangkan ± 23 orang wajib pajak lainnya tidak dapat diambil datanya karena berbagai hal, antara lain : pedagang ternyata tidak aktif berdagang pada hari wage dan tidak dapat ditemukan pada tempat berjualan seperti biasa atau sebab-sebab lain sehingga tidak dapat diambil datanya.

2. Data Sekunder, yaitu sebagai pelengkap data primer. Terdiri dari data-data informasi yang berupa data-data tentang pedagang pasar Dukun-Gresik .

4.3 Identifikasi Variabel Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian ini variabel yang akan diuji dari konsep tentang berbagai variabel yang dapat mempengaruhi Kemampujuan pedagang pakaian merek prado di pasar Dukun Gresik , maka variabel-variabel penelitian yang akan di analisis dapat di bagi menjadi sebuah data identitas responden dan data 7 (tujuh) variabel. Tujuh variabel tersebut yaitu variabel terikat ; Penjualan Pedagang Pakaian di Pasar Dukun - Gresik (Y).dan variabel bebas yang terdiri dari variabel Pengalaman Berjualan (X_1); Persediaan Barang (X_2); Waktu Berjualan (X_3); Kondisi Barang yang di Jual (X_4); Modal (X_5); Lokasi Berjualan (X_6)

Formulasi variabel tersebut adalah sebagai berikut

1. Data Identitas Responden
 - 1) Usia Responden
 - 2) Status Perkawinan Responden
 - 3) Asal Daerah/Alamat Responden
 - 4) Pendidikan Terakhir Responden

2. Kemampujuan Pedagang Pakian merek Prado Pasar Dukun-Gresik (Y)
3. Pengalaman sebagai pedagang (X_1)
 - 1) Pengalaman di bidang sama
 - 2) Pengalaman di bidang yang lain
 - 3) Kegiatan perdagangan di pasar lain
 - 4) Tetap konsisten dengan profesi pedagang
4. Persediaan barang (X_2)
 - 1) Persediaan berupa barang
 - 2) Persediaan berupa uang
 - 3) Pemasok barang dagangan yang tetap
 - 4) Pengecekan persediaan barang
5. Waktu berjualan (X_3)
 - 1) Adanya pengaruh tanggal umum
 - 2) Adanya pengaruh Hari umum
 - 3) Adanya pengaruh jam berjualan
 - 4) Adanya penjadwalan waktu berjualan
5. Kondisi barang (X_4)
 - 1) Barang harus murah
 - 2) Barang harus berkualitas
 - 3) Harus mengikuti model terbaru
 - 4) Antisipasi terhadap menumpuknya barang

6. Modal (X_5)

- 1) Jumlah Modal
- 2) Partisipasi Pemerintah dalam penyediaan modal
- 3) Problema mendapatkan modal
- 4) Keikutsertaan pihak keluarga

7. Lokasi (X_6)

- 1) Lokasi strategis
- 2) Tempat permanen
- 3) Pengkhususan lokasi
- 4) Tingkat ketenaran di banding pasar sejenis

4.4 Definisi Operasional Variabel

Berikut ini akan diuraikan definisi operasional dari variabel-variabel penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Data Identitas Responden

Merupakan data tentang diri/pribadi para pedagang yang berjualan di pasar Dukun – Gresik. Data Identitas Responden terdiri atas :

1). Usia Responden

adalah umur yang dimiliki responden yang terjaring dalam pengumpulan data (survey) yang dapat dikategorikan dalam 4 kelompok yaitu usia di bawah 20 tahun, antara 20 tahun sampai dengan 30 tahun, antara 31 sampai dengan 40 tahun dan mereka yang usianya di atas 40 tahun

2). Status Perkawinan Responden

adalah status yang dimiliki oleh responden yang dapat terbagi atas tiga kategori yaitu belum pernah menikah artinya masih bujangan, pernah menikah artinya mereka yang pernah melakukan pernikahan tetapi saat ini tidak terikat oleh perkawinan atau yang biasa disebut duda atau janda dan yang terakhir adalah mereka yang sudah melakukan perkawinan dan status perkawinan itu masih melekat pada dirinya sampai sekarang

3). Asal Daerah/Alamat Responden

adalah tempat tinggal / asal dari para pedagang yang dapat di kategorikan kedalam 4 kategori yaitu mereka yang berasal dari Gresik, Lamongan, Surabaya dan kota kota lain yang dapat disebutkan oleh responden

4). Pendidikan Terakhir Responden

adalah pendidikan terakhir yang mampu diraih oleh responden yang dapat dikategorikan kedalam beberapa kelompok antara lain mereka yang tidak tamat SD, mereka yang hanya tamatan SD, tamatan SMP, tamatan SMA, mereka yang lulusan D3, Mereka yang telah memperoleh gelar sarjana S1

2. Penjualan Pedagang Pakaian di Pasar Dukun - Gresik (Y)

Merupakan jumlah penjualan yang diperoleh/dicapai oleh para pedagang pasar dukun mulai periode tanggal 2 Juli sampai dengan 1 Agustus 2001. Data penjualan diukur dari besarnya jumlah penjualan dalam satuan potong baju yang dapat dijual pada periode tersebut

3. Pengalaman sebagai Pedagang (X_1)

Pengalaman adalah sebagai guru yang baik. Pepatah itu mengingatkan akan pentingnya sebuah pengalaman, lebih-lebih pengalaman tentang sebuah ketrampilan atau pekerjaan yang nantinya dapat dijadikan sebagai pegangan hidup. Kekonsistenan seseorang terhadap sebuah pekerjaan atau ketrampilan akan membuahkan hasil berupa kecakapan atau ketrampilan yang hanya dimiliki oleh beberapa orang atau bahkan hanya dirinya sendiri. Semakin lama pengalaman seseorang terhadap sesuatu jenis ketrampilan maka semakin jauh pula tingkat penguasaannya. Yang dapat dijadikan sebagai acuan dari faktor pengalaman sebagai pedagang adalah item sebagai berikut:

- 1). Pengalaman di bidang sama
adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya pengalaman berjualan bagi mereka yang menekuni profesi sebagai seorang pedagang
- 2). Pengalaman di bidang yang lain
adalah tanggapan yang diberikan oleh responden sehubungan dengan perlu tidaknya seseorang yang berprofesi sebagai pedagang untuk mempunyai pengalaman bekerja di bidang lain yang ada hubungannya dengan dunia perdagangan
- 3). Kegiatan perdagangan di pasar lain
adalah tanggapan responden yang berhubungan dengan perlu memaksimalkan penjualan dengan cara berdagang tidak hanya pada pasar dukun saja melainkan pasar pasar lain diseperti daerah Gresik
- 4). Tetap konsisten dengan profesi pedagang
adalah tanggapan responden tentang kekonsistenan mereka sebagai pedagang di pasar Dukun meskipun situasi perekonomian negara ini tidak terlalu bagus

4. Persediaan Barang (X_2).

Persediaan sangat diperlukan dalam hal penjualan. Salah perhitungan dalam hal persediaan barang akan menyebabkan kerugian yang cukup berarti. Persediaan barang umumnya dilakukan dengan persediaan berupa barang, namun dengan kondisi krisis seperti saat ini apabila persediaan terlalu banyak dan kurang diperhitungkan daya beli konsumennya maka akan berdampak pada pengembalian modal dan kelangsungan usaha. Untuk itu persediaan tidak hanya berupa barang melainkan berupa uang sehingga dalam keadaan yang mendesak atau dalam keadaan yang tidak menguntungkan maka dana berupa uang dapat digunakan untuk menjaga kelangsungan hidup usaha perdagangan ini. Pendekatan faktor persediaan barang dapat dibagi menjadi beberapa hal seperti :

1). Persediaan berupa barang

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya seorang pedagang mempunyai persediaan yang cukup banyak dalam bentuk barang dalam mengantisipasi permintaan

2). Persediaan berupa uang

adalah tanggapan para pedagang tentang perlunya persediaan berbentuk uang yang dapat digunakan setiap saat apabila permintaan datang cukup banyak

3). Pemasok barang dagangan yang tetap

adalah tanggapan para pedagang atas perlunya seorang pedagang untuk mempunyai pemasok barang yang tetap dapat di hubungi sewaktu waktu dan mempunyai barang yang dapat dikirim kapan saja

4). Pengecekan persediaan barang

adalah tanggapan responden tentang perlunya seorang pedagang selalu melakukan pengecekan terhadap jumlah persediaan barang yang masih ada

5. Waktu penjualan (X_3).

Yang dimaksud Waktu penjualan adalah kondisi dimana para pedagang mensiasati waktu yang paling tepat untuk mendapatkan hasil yang paling optimal dalam penjualan barang yang mereka dagangkan. Keadaan keuangan, waktu liburan para pelanggan akan menjadi pertimbangan bagi mereka untuk menampilkan barang dagangannya secara optimal. Secara umum dapat diprediksi bahwa pola konsumsi para konsumen pada kalangan menengah ke bawah akan membelanjakan uang untuk memenuhi kebutuhannya akan mengikuti pola distribusi dan aliran uang yang mereka dapatkan setiap bulannya. Disamping itu kesempatan berbelanja juga diprediksi akan mengikuti pola kerja dan hari kerja para konsumen sehingga akan berpengaruh terhadap jumlah item pakaian yang dapat terjual. Waktu penjualan mempunyai item sebagai berikut :

1). Adanya pengaruh tanggal umum

adalah tanggapan responden tentang ada tidaknya pengaruh tanggal pada saat penjualan di pasar Dukun terhadap penjualan produk pakaian misalkan tanggal 2 Juli 2001 adalah tanggal muda atau tanggal 27 Juli yang dianggap tanggal tua untuk bulan Juli 2001

2). Adanya pengaruh hari umum

adalah tanggapan responden tentang ada tidaknya pengaruh hari umum (senin s/d minggu) terhadap penjualan produk pakaian di pasar Dukun Gresik. Misalkan tanggal 2 Juli hari Senin apakah mempunyai perbedaan penjualan dibandingkan dengan tanggal 22 Juli 2001 yang hari Minggu

3). Adanya pengaruh jam penjualan

adalah tanggapan responden tentang ada tidaknya pengaruh jam penjualan terhadap tingkat penjualan yang dihasilkan oleh para

pedagang. Misalkan apakah ada perbedaan tingkat penjualan antara jam 9 pagi dengan jam 12 siang ?

4). Adanya penjadwalan waktu berjualan

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya seorang pedagang untuk berjualan secara konsisten dari waktu ke waktu artinya seorang pedagang harus senantiasa berdagang secara terjadwal

6. Kondisi barang yang dijual (X₄).

Keadaan barang yang dijual adalah sesuatu yang mutlak harus diperhatikan apabila menghendaki target penjualan dapat terpenuhi. Sering dijumpai para penjual tidak terlalu memperhatikan kondisi atau tingkatan strata sosial para konsumen di daerah pemasarannya. Perpaduan antara kualitas, Harga murah ditambah dengan perhatian terhadap trend dan mode pakaian yang sedang ada, akan menambah perhatian konsumen terhadap keberadaan sebuah kios. Faktor kondisi suatu barang dapat di dekati melalui beberapa item antara lain :

1). Barang harus murah

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya menjual barang dengan standart harga yang murah artinya bahwa para pedagang hanya menjual barang-barang yang diperkirakan punya harga yang murah dan terjangkau oleh konsumen pada kalangan daerah tersebut

2). Barang harus berkualitas

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya para pedagang untuk menjual barang dengan kualitas yang memadai meskipun mempunyai harga yang berbeda dengan barang barang dengan kualitas yang biasa

- 3). Harus mengikuti model terbaru

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya para pedagang untuk menjual barang dengan model yang selalu mengikuti trend yang ada

- 4). Antisipasi terhadap menumpuknya barang

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya para pedagang melakukan penjualan obral apabila dirasakan persediaan yang ada terlalu banyak dengan tingkat penjualan yang rendah.

7. Modal Pedagang (X₅)

Merupakan gambaran dan tindakan yang dilakukan oleh pedagang pasar Dukun-Gresik sehubungan dengan cara mendapatkan modal sampai dengan pihak-pihak yang membantu atau mengupayakan dalam mendapatkan modal. Seperti diketahui, jenis dan macam pakaian yang di jual di pasar Dukun-Gresik, sangat dipengaruhi oleh daya beli masyarakat sehingga secara tidak langsung akan berhubungan dengan modal yang dimiliki atau digunakan berinvestasi di pasar Dukun Gresik ini. Sumber dari Modal mempunyai item sebagai berikut :

- 1). Jumlah Modal

adalah tanggapan responden tentang keharusan para pedagang untuk menyediakan modal yang besar untuk memulai usaha dagang ini

- 2). Partisipasi Pemerintah dalam penyediaan modal

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya pihak perbankan untuk memberikan kucuran dana agar kelangsungan dunia usaha yang digeluti dapat tetap berlangsung

3). Problema mendapatkan modal

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya mengandalkan pinjaman modal dari seorang teman atau kolega , sejawat dibandingkan dengan pinjaman modal dari pihak bank

4). Keikutsertaan pihak keluarga

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya para pedagang untuk melibatkan keluarga dalam mengawasi dan membantu kelangsungan usaha berjualan ini

8. Lokasi Berjualan (X_6).

Lokasi berjualan menunjukkan dimana keberadaan para pedagang di pasar Dukun berada. Keberadaan para pedagang diprediksi sangat mempengaruhi jumlah barang yang dijual. Lokasi berjualan juga dapat menunjukkan identitas penjualnya sehingga mungkin dapat dinyatakan bahwa semakin di kenal sebuah lokasi dengan ciri khas tertentu akan memudahkan orang/pembeli untuk mengingat sekaligus sebagai bagaia kegiatan proses promosi yang bertahap. Pengkhususan sebuah lokasi juga turut membantu pengenalan sebuah kawasan untuk dikenal sebagai sebuah kawasan kepada calon pembeli misal "sektor pakaian". Hal ini akan lebih mengenalkan ragam barang yang dijual sehingga paling tidak akan lebih mengkhususkan produk atau jenis barang yang dijual di kawasan tersebut. Dari gambaran diatas maka lokasi Berjualan di bedakan menjadi :

1). Lokasi strategis

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya para pedagang mendapatkan lapak kios atau sejenisnya dengan posisi yang strategis misalkan kios yang berada di depan atau kios yang berada pada posisi

pandang yang dianggap dapat dijangkau dan diingat dengan mudah oleh para pembeli

2). Tempat permanen

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya para pedagang untuk memiliki atau menyewa tempat permanen bagi usaha dagangnya agar para pembeli dapat dengan pasti menuju ke tempat yang dimaksud

3). Pengkhususan lokasi

adalah tanggapan responden tentang perlu tidaknya para pedagang untuk memposisikan pengkhususan Lokasi seperti **Blok khusus untuk pakaian** agar dapat membantu dalam memasarkan produk yang dijual

4). Tingkat ketenaran di banding pasar sejenis

adalah tanggapan responden tentang ketenaran, keramaian dan daya beli pengunjung di pasar Dukun – Gresik lebih bagus dari pasar sejenis tempat lain di Gresik

4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan Reliabilitas atas data hasil penelitian dapat diketahui melalui tiap tiap item yang terlebih dahulu dilakukan dengan cara diadakan uji pendahuluan terhadap daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada responden. Selanjutnya score yang diperoleh atas item-item dari variabel di uji validitas dan reliabilitasnya

4.5.1 Uji Validitas

Suatu dikatakan valid apabila instrumen tersebut mampu mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara

tepat. Untuk uji validitas digunakan **Korelasi Product Moment** dengan rumus sebagai berikut :

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

Jika nilai r hitung $\geq r$ tabel maka dikatakan bahwa instrumen tersebut valid dan dapat digunakan sebagai instrumen untuk tahap analisis berikutnya

Cara pengujian uji ini adalah dengan menghitung nilai koefisien korelasi antara total variable di setiap faktor dengan setiap variabel yang ada di dalam variable tersebut. Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS didapatkan hasil sebagai berikut

Variabel (X_1)

Tabel 4.1
Korelasi antara Total variable X_1 dengan setiap Item variable X_1

	X11	X12	X13	X14
Koefisien Korelasi	0.692	0.632	0.527	0.687
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Sumber : Lampiran 2

Variabel X_2

Tabel 4.2
Korelasi antara Total variable X_2 dengan setiap Item variable X_2

	X21	X22	X23	X24
Koefisien Korelasi	0.724	0.536	0.614	0.687
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Sumber : Lampiran 2

Variabel X_3

Tabel 4.3
Korelasi antara Total variable X_3 dengan setiap Item variable di X_3

	X31	X32	X33	X34
Koefisien Korelasi	0.577	0.590	0.556	0.613
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Sumber : Lampiran 2

Variabel X_4

Tabel 4.4
Korelasi antara Total variable X_4 dengan setiap Item variable X_4

	X41	X42	X43	X44
Koefisien Korelasi	0.631	0.558	0.624	0.640
Signifikansi	Significant	significant	significant	Significant
Valid / Tidak Valid	valid	Valid	valid	Valid

Sumber : Lampiran 2

Variabel X_5

Tabel 4.5
Korelasi antara Total variable X_5 dengan setiap Item variable X_5

	X11	X12	X13	X14
Koefisien Korelasi	0.688	0.611	0.622	0.639
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	valid	Valid	Valid	Valid

Sumber : Lampiran 2

Variabel X_6

Tabel 4.6
Korelasi antara Total variable X_6 dengan setiap Item variable X_6

	X11	X12	X13	X14
Koefisien Korelasi	0.589	0.519	0.577	0.506
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Sumber : Lampiran 2

Variabel Y

Tabel 4.7
Korelasi antara Total variable Y dengan setiap Item variable Y

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
Koefisien Korelasi	0.197	0.231	0.401	0.228	0.588	0.528	0.423
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Sumber : Lampiran 2

Dengan melihat tabel 4.1 sampai dengan 4.6 dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan nilai yang ada pada variabel yang akan dianalisis adalah valid. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya nilai koefisien korelasi atau r hitung yang lebih besar dari r tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 5 %

4.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah Indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Singarimbun & Effendi 1989) Untuk mengetahui suatu alat ukur reliabel atau tidak dalam penelitian ini di uji dengan menggunakan rumus Coefficient Alpha atau Alpha Cronbach (α) yang dapat dijabarkan kedalam rumus berikut ini :

$$\alpha = \frac{K r}{1 + (K-1) r}$$

dimana :

α = Reliabilitas

K = Jumlah item

r = Rata-rata koefisien Korelasi

Menurut Ebel & Frisbie (1991 ; 87) untuk item yang berjumlah 5 –20 buah paling tidak di butuhkan nilai reliabilitas sebesar 0,20 hingga 0,50

Dengan melihat nilai α Cronbach dapat diketahui variabel mana saja yang dapat dikatakan sebagai alat ukur yang dapat dipercaya (reliabel) atau tidak. Hasil pengujian itu dapat dijelaskan melalui hasil perhitungan sesuia lampiran 2 sebagai berikut

Tabel 4.8
Reliability Test (X₁)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	272.4173	19	2.1620		
Within People	410.0000	60	1.0761		
Between Measures	402.023	3	134.0079	6351.0853	.0000
Residual	7.9764	57	.0211		
Total	682.4173	79	1.3460		
Grand Mean	3.7756				

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0

N of Items = 4

Alpha = .5081

Sumber : Lampiran 2

Tabel 4.9
Reliability Test (X₂)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	222.4921	19	1.7658		
Within People	317.5000	60	.8333		
Between Measures	315.3819	3	105.1273	18772.7322	.0000
Residual	2.1181	57	.0056		
Total	539.9921	79	1.0651		
Grand Mean	3.9961				

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0

N of Items = 4

Alpha = .5275

Sumber : Lampiran 2

Tabel 4.10
Reliability Test (X₃)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	187.8150	19	1.4906		
Within People	367.7500	60	.9652		
Between Measures	365.5236	3	121.8412	20651.0509	.0000
Residual	2.2264	57	.0059		
Total	555.5650	79	1.0958		
Grand Mean	3.9469				

Reliability Coefficients

N of Cases = 127.0 N of Items = 4
Alpha = .7073
Sumber : Lampiran 2

Tabel 4.11
Reliability Test (X₄)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	247.7953	19	1.9666		
Within People	422.0000	60	1.1076		
Between Measures	410.0787	3	136.6929	4339.4581	.0000
Residual	11.9213	57	.0315		
Total	669.7953	79	1.3211		
Grand Mean	3.8583				

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0 N of Items = 4
Alpha = .7301
Sumber : Lampiran 2

Tabel 4.12
Reliability Test (X₅)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	329.4488	19	17.3394		
Within People	483.0000	60	-8.0500	;	
Between Measures	475.6220	3	158.5401	1225.1939	.0000
Residual	7.3780	57	.1294		
Total	812.4488	79	10.2842		
Grand Mean	3.4291				

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0 N of Items = 4
Alpha = .5188
Sumber : Lampiran 2

Tabel 4.13
Reliability Test (X₆)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	171.7008	19	9.0369		
Within People	411.2500	60	6.8542		
Between Measures	407.7323	3	135.9108	2202.7682	.0000
Residual	3.5177	57	.0617		
Total	582.9508	79	7.3791		
Grand Mean	3.9902				

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0 N of Items = 4
Alpha = .6739
Sumber : Lampiran 2

Tabel 4.14
Reliability Test (Y)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	662.9831	19	34.8939		
Within People	23778.5714	60	198.1548		
Between Measures	20064.7987	3	33444.1331	1020.5841	.0000
Residual	3713.7728	57	32.7696		
Total	24441.5546	79	175.8385		
Grand Mean	19.2025				

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0 N of Items = 7

Alpha = .5853

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai α yang diperoleh dari masing-masing variabel yang diteliti semuanya diatas 0,5. Hal ini menandakan bahwa semua variabel yang diteliti dapat dijadikan alat ukur yang dapat dipercaya atau diandalkan

4.6 Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan model regresi dengan bantuan paket program SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Berdasarkan hasil hitungannya akan diperoleh parameter-parameter yang bertanda positif maupun negatif lalu dibandingkan dengan teorinya keadaan tersebut cocok atau tidak. Bila tanda dari parameter tersebut telah sesuai dengan teorinya, maka tahap berikutnya adalah melakukan pengujian statistik sebagai berikut :

4.6.1 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan secara serempak antara variabel-variabel bebas dengan variabel tergantung.

Teknik uji F untuk menguji hipotesis sebagai berikut :

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = 0$$

H_1 : Minimal salah satu dari nilai b_i tidak sama dengan nol,

dimana :

b_i = Koefisien regresi dari variabel bebas

$i = 1, \dots, 6$

Nilai F dihitung dengan menggunakan rumus :

$$F_{\text{hit}} : \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

dimana :

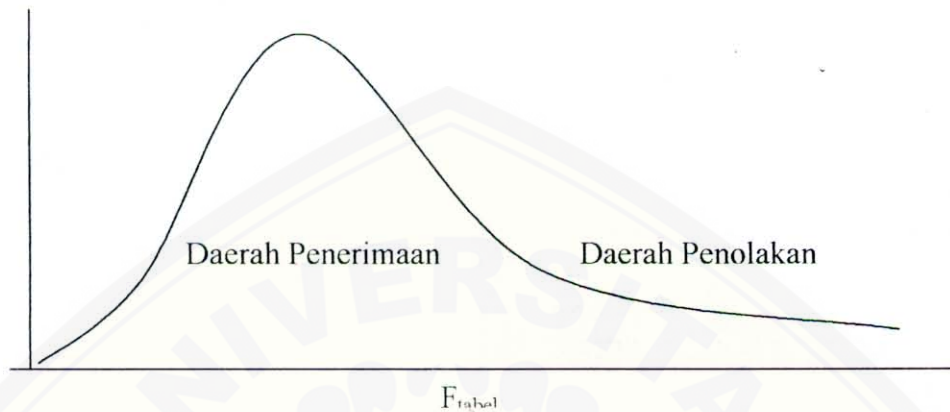
R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel atau observasi

k = Jumlah variabel bebas yang digunakan di dalam model regresi (parameter)

Apabila F hitung lebih besar dari F tabel dengan α sebesar 0,05 atau 5 %, berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa semua variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tergantung. Sebaliknya apabila F hitung lebih kecil dari F tabel maka H_0 diterima dan H_1

ditolak, yang berarti bahwa semua variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat. Secara grafis hal tersebut dapat digambarkan seperti pada kurva dibawah ini.



Gambar 4.1 Daerah Penolakan Uji F

4.6.2 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terganggu dari model tersebut. Teknik pengujiannya adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

$$H_0 : b_i = 0$$

$$H_1 : b_i \neq 0$$

dimana b adalah koefisien regresi dari model

- b. Mencari t hitung dengan rumus :

$$T \text{ hitung} = \frac{b_j}{SE(b_j)}$$

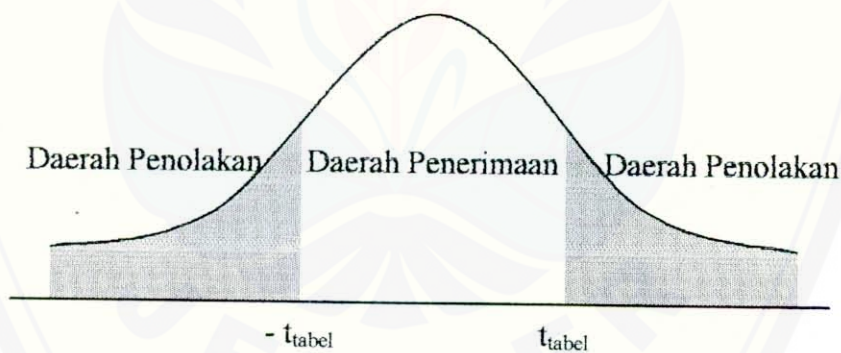
Dimana :

$$SE(b) : \sqrt{\text{Var } b}$$

Var : ragam

SE : simpangan baku

Menguji hipotesis dengan derajat kesalahan (level of significance) (α) pada derajat kebebasan (degree of freedom) ($n-k-1$) dimana k adalah jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Bilamana t hitung lebih besar dari pada t tabel atau t hitung lebih kecil dari $-t$ table, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung. Sebaliknya bila t hitung berada diantara t tabel dan $-t$ table, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak atau tidak signifikan. Secara grafis hal tersebut dapat digambarkan seperti pada kurva dibawah ini.



Gambar 4.2 Daerah Penolakan Uji t

4.7 Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum dikemukakan hasil analisis penelitian beserta pembahasannya, terlebih dahulu ditunjukkan bahwa model analisis yang menggunakan Regresi Linier Berganda cukup handal dan kuat dipakai untuk memprediksi. Oleh karena itu perlu dilakukan serangkaian uji asumsi klasik ekonometrik agar model analisis

dalam pengujian ini telah memenuhi persyaratan BLUE (Best Linear Unbiased Estimated)

Pengujian secara ekonometrik perlu dilakukan agar penggunaan model dalam penelitian ini (Analisis Regresi Linier Berganda) cukup handal atau tidak. Terdapat dua alasan dilakukan pengujian ini yaitu :

1. Dalam melakukan penaksiran parameter digunakan sejumlah asumsi . Dalam hal ini relevansi asumsi perlu diuji untuk mengetahui valid tidaknya regresi yang dihasilkan .
2. Agar tidak terjadi kesalahan dalam memanfaatkan model yang digunakan tersebut

Uji asumsi Klasik ini dilakukan dengan :

4.7.1 Uji D-W (Durbin Watson)

Uji ini untuk mengetahui apakah ada serial korelasi yang dapat mengakibatkan estimasi pada model tidak efisien, sehingga dibutuhkan penyembuhan dalam model yang digunakan (Gujarati, 1991 ; 215)

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n e_t^2 + \sum_{t=2}^n e_{t-1}^2 - 2\sum_{t=2}^n e_t e_{t-1}}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Karena e_t dan e_{t-1} hanya berbeda satu observasi saja, maka keduanya masih dianggap sama sehingga :

$$d = 2 \left| 1 - \frac{\sum_{t=2}^n e_t e_{t-1}}{\sum_{t=1}^n e_t^2} \right|$$

$$\text{Jika } r = \frac{\sum_{t=2}^n e_t e_{t-1}}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Maka $d = 2(1-r)$

Dimana :

d : Nilai Durbin Watson

e_t : Faktor pengganggu pada observasi t

e_{t-1} : Faktor pengganggu pada observasi $t-1$

r : Koefisien autokorelasi

Kesimpulan yang didapat sebagai berikut, jika :

- Jika d lebih kecil dari d_L atau lebih daripada $4-d_L$, maka terdapat autokorelasi.
- Jika d terletak diantara d_U dan $(4-d_U)$, maka tidak terdapat autokorelasi.
- Jika d terletak diantara d_L dan d_U , atau diantara $(4-d_U)$ dan $(4-d_L)$ berarti uji Uji Durbin-Watson tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti atau *inconclusive*.

4.7.2 Pengujian Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah distribusi gangguan (faktor gangguan) tidak memiliki varians yang sama atau varians-nya tidak konstan. Salah satu metode untuk mendeteksi heteroskedastisitas digunakan uji Park. Secara spesifik dikatakan bahwa koefisien korelasi ranking yang tinggi menandakan adanya heteroskedastisitas. Menurut Damodar Gujarati (1995 ; 219) Pengujian Park menggunakan prosedur dua tahap, yaitu tahap pertama melakukan regresi dengan tidak memandang apakah telah terjadi heteroskedastisitas atau tidak sehingga akan dapat diperoleh nilai e_i dari regresi tersebut. Langkah kedua adalah meregresikan antara variabel independent dan e_i atau dengan kata lain dapat dilakukan regresi terhadap.

$$\ln e_i^2 = \alpha + \beta \ln X_i + v_i$$

dimana X_i adalah variabel independent ($\ln X_i$) dan e_i adalah nilai residual ($\ln e_i^2$) yang diperoleh pada tahap pertama.

4.7.3 Pengujian Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah adanya hubungan linier yang *sempurna* atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Tepatnya istilah multikolinieritas berkenaan dengan terdapatnya lebih dari satu hubungan linier pasti dan istilah kolinieritas berkenaan dengan terdapatnya satu hubungan linier. Untuk regresi k variabel, meliputi variabel yang menjelaskan X_1, X_2, \dots, X_k (Damodar Gujarati, 1995 ; 223). Yang dimaksud dengan hubungan linier yang sempurna adalah memiliki koefisien korelasi mendekati 1 atau -1.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengolahan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi penjualan pedagang pakaian di pasar Dukun-Gresik serta menganalisisnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

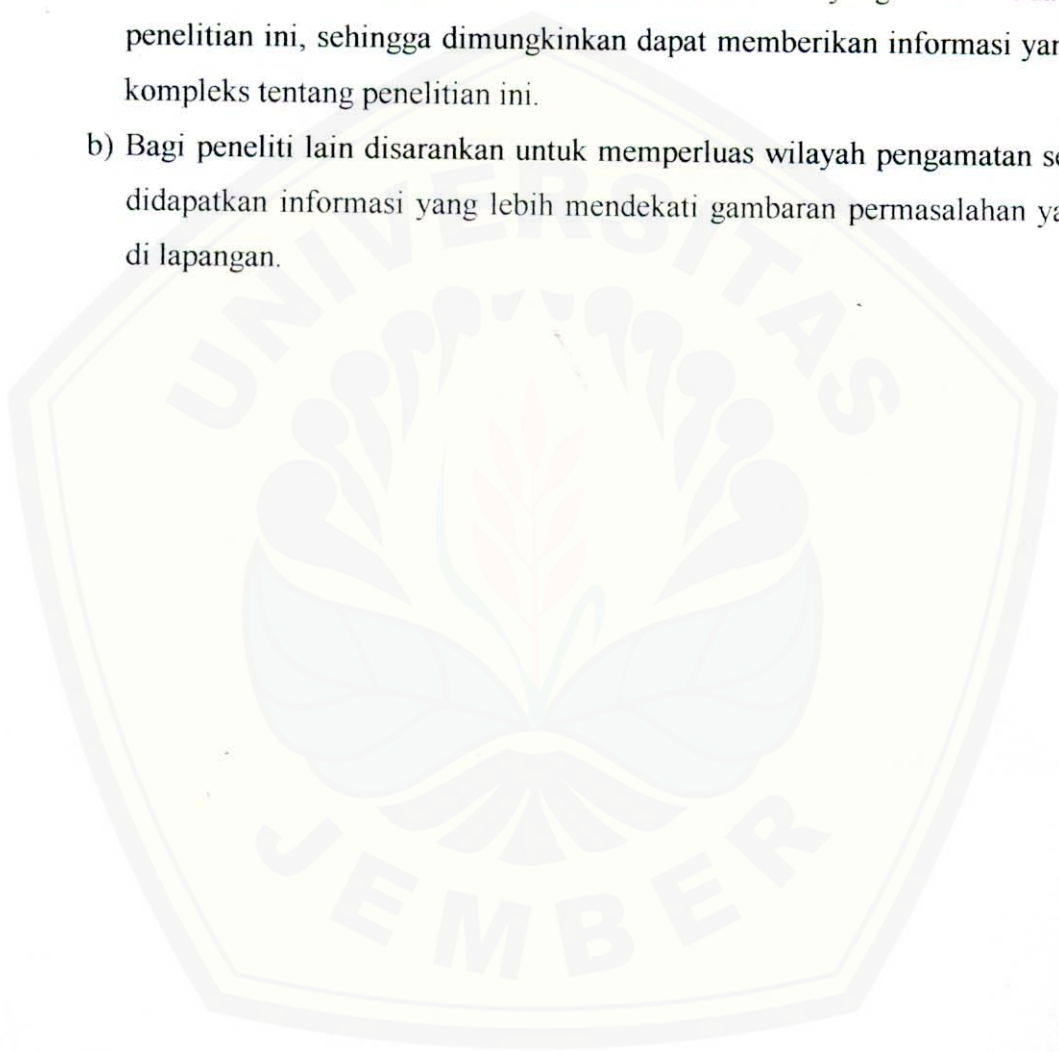
- a Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah Pengalaman Pedagang (X_1); Persediaan Barang (X_2); Waktu Berjualan (X_3); Kondisi Barang yang di Jual (X_4); Modal (X_5); Lokasi Berjualan (X_6) berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kemampujualan pakaian merek Prado pada Pedagang Pakaian di Pasar Dukun - Gresik (Y),hal ini dapat dibuktikan dengan nilai F hitung (75.147) lebih besar dari nilai F tabel (2,1) (tingkat kepercayaan 5%)dengan probabilitas kesalahan sebesar 0,0000. Karena Fhitung > Ftabel maka berarti *dapat terbukti* bahwa variabel-variabel bebas yaitu Pengalaman Pedagang (X_1); Persediaan Barang (X_2); Waktu Berjualan (X_3); Kondisi Barang yang di Jual (X_4); Modal (X_5); Lokasi Berjualan (X_6) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat. Kesimpulan tersebut diperkuat juga dengan besarnya nilai koefisien korelasi berganda (R) maupun koefisien determinasi berganda R^2 . Dari hasil perhitungan, ternyata R^2 besarnya 0,790. Hal ini berarti bahwa sumbangan variasi naik turunnya variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variasi naik turunnya variabel terikat sebesar 79 % sedangkan sisanya 21 % dipengaruhi oleh faktor di luar model.

b. Hipotesis kedua yang diajukan yaitu salah satu diantara variabel yaitu Waktu Berjualan (X_3) secara dominan mempengaruhi Kemampuan pakaian merek Prado pada Pedagang Pakaian di Pasar Dukun - Gresik (Y). Pembuktian tersebut dilakukan dengan cara melakukan uji parsial terhadap masing-masing variabel untuk melihat besarnya pengaruh masing-masing variabel. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan **tenyata dapat terbukti** dugaan bahwa waktu berjualan adalah variabel yang paling dominan terhadap kemampuan pakaian merk Prado pada pedagang pakaian di pasar Dukun - Gresik ini dibuktikan dengan besarnya nilai korelasi yang terjadi antara variabel bebas Waktu Berjualan (X_3) dengan variabel terikat Kemampuan pakaian merek Prado pada Pedagang Pakaian di Pasar Dukun - Gresik (Y) atau dengan kata lain variabel ini adalah variabel yang pertama kali masuk dalam model dengan probabilitas kesalahan kurang dari 5%. Dengan nilai koefisien Determinasi (r^2) sebesar 49,6% variabel waktu berjualan semakin dapat dibuktikan bahwa variabel ini memberikan sumbangan variansi terbesar diantara variabel-variabel lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan dalam Kemampuan pakaian merek Prado pada Pedagang Pakaian di Pasar Dukun - Gresik (Y) adalah variabel waktu berjualan. Oleh karena itu para pedagang pakaian di pasar Dukun Gresik seharusnya dapat mempertimbangkan betul-betul adanya pengaruh waktu berjualan terhadap kemampuan atau produktifitas yang mereka hasilkan.

6.2 Saran

Sehubungan dengan dengan kesimpulan yang ada, dibawah ini diberikan beberapa saran untuk kesempurnaan penelitian ini adalah :

- a) Bagi peneliti lain yang ingin menyempurnakan hasil penelitian ini lebih disarankan untuk menambah variabel bebas lain yang belum ada dalam penelitian ini, sehingga dimungkinkan dapat memberikan informasi yang lebih kompleks tentang penelitian ini.
- b) Bagi peneliti lain disarankan untuk memperluas wilayah pengamatan sehingga didapatkan informasi yang lebih mendekati gambaran permasalahan yang ada di lapangan.



DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemito. 1993, *Marketing*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Douglass, J. Evan, 1992, *Managerial Economics*, Prentice Hall, Engle Wood, New Jersey.
- Gujarati, Damodar, 1995, *Ekonometrika Dasar*, Erlangga, Jakarta
- Mardalis, 1989, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Bumi Aksara, Jakarta
- Nasir, M, 1999, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Singarimbun, M. & Effendi, S., 1989, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES, Jakarta
- Idrus M.S. and JJ. Stanton, (1991), *A Strategic Planning Approach to The Evaluation of Performance*, A Theoretical Frame Work, Asia Pacific International Management Forum vol 17, No. 1. 1991. Pp. 21-35.
- Kotler, Philip, (1991), *Marketing Management, Analysis, Planning, Implementation, and Control*; Seventh Edition; The Prentice Hall International, Inc.
- Murdiono T. dan Anas Hidayat, (1991), *Sektor Informal, Permasalahan dan Harapan*; Unisia II, XI, IV; Yogyakarta.
- Paul, Robert J. and Robert W. Bell, (1988), *Evaluating The Retail Salesman*; Journal of Retailing 44, Summer, 17-26.
- Smith, A.W, (1982), *Management Systems : Analysis and Applications*, The Dryden Press, Boulder, Colorado.
- Verma, H.L. and C.W. Grass, (1978), *Introduction to Quantitative Method A Managerial Emphasis*, John Wiley & Sons, Santa Barbara.
- Weaver, Charles N, (1969), *An Empirical Study to Act The Selection of Retail Sales Clerk*, Journal of Retailing, 45, Fail, 27-36.

KUISIONER

Lampiran 1

Hal : Surat Pengantar Kuisisioner

Lampiran : 5

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara Pedagang Pakaian

Pasar Dukun – Gresik

Di tempat

Assalamu`alaikum Wr. Wb

Sehubungan dengan penelitian kami tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan pedagang pakaian di pasar Dukun Gresik , maka kami memohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara sekalian untuk meluangkan waktu guna mengisi beberapa pertanyaan yang akan kami ajukan. Pertanyaan ini berisi pendapat tentang kegiatan yang selama ini Bapak/Ibu/Saudara lakukan. Semua jawaban yang Bapak/Ibu/Saudarasampaikan akan kami jaga kerahasiaannya , dan apabila terdapat kesulitan dalam pengisian maka Bapak/Ibu/Saudara dapat meminta penjelasan kepada petugas yang telas kami tunjuk.

Demikian atas kerjasama yang telah Bapak/Ibu/Saudara berikan kami ucapkan terima-kasih

Hormat Kami,

Peneliti

Data Responden

1. Nama : (Boleh tidak diisi)
2. Status:
 - a) Belum kawin
 - b) Pernah kawin (Janda / Duda)
 - c) Sudah kawin
3. Asal daerah /alamat sekarang :
 - a) Gresik
 - b) Lamongan
 - c) Surabaya
 - d) Kota lain sebutkan

Pendidikan terakhir :

- a) Tidak tamat SD
- b) SD
- c) SMP
- d) SMA
- e) Diploma
- f) Sarjana

Data penjualan (Y)

Mohon diisi data tentang banyaknya penjualan pakaian selama periode berikut ini (dalam satuan barang)

Senin Wage 2/7/2001	Sabtu Wage 7/7/2001	Kamis Wage 12/7/2001	Selasa Wage 17/7/2001	Minggu Wage 22/7/2001	Jum'at Wage 27/7/2001	Rabu Wage 1/8/2001	Total Penjualan

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan melingkari atau memberi tanda pada kotak jawaban yang paling sesuai dengan keadaan/kondisi anda

Faktor Modal Usaha

1. Menurut anda dalam melakukan usaha berjalan seperti ini apakah harus menggunakan modal yang besar

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

2. Menurut anda apakah pemerintah dalam hal ini pihak bank telah memperhatikan anda dalam hal memberikan kemudahan fasilitas pinjaman bunga rendah bagi pedagang kecil

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

3. Menurut anda apakah lebih baik meminjam dana/modal dalam bentuk uang kepada teman, Saudara atau kerabat yang anda kenal dari pada kepada Bank/Koperasi

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

4. Menurut anda apakah dalam menjalankan usaha ini perlu keterlibatan pihak keluarga dalam membantu kegiatan berdagang sehari-hari.

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

Faktor Waktu Berjualan

1. Menurut anda apakah terdapat pengaruh tanggal umum (Misalkan tanggal 2 Juli 2001) terhadap penjualan pakaian di pasar ini

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

2. Menurut anda apakah terdapat pengaruh Hari umum (Misalkan hari rabu , sabtu atau minggu) terhadap penjualan pakaian di pasar ini

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

3. Menurut anda apakah terdapat pengaruh jam berjualan (Misalkan mulai buka pukul 08.00 pagi) terhadap penjualan pakaian di pasar ini

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

4. Menurut anda apakah seorang pedagang harus bekerja pada waktu yang terjadwal dan dalam jumlah tertentu

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

Faktor Lokasi Berjualan

1. Apakah menurut anda lokasi tempat berjualan saat ini sudah strategis

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

2. Apakah tempat berjualan yang permanen akan mempengaruhi penjualan pakaian anda

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

3. Apakah adanya pengkhususan Lokasi seperti **Blok khusus untuk pakaian** akan membantu anda dalam memasarkan produk yang anda jual.

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

4. Apakah keramaian dan daya beli pengunjung di pasar ini lebih bagus dari pasar sejenis di tempat lain

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

Faktor Persediaan Barang

1. Menurut anda apakah pedagang sebaiknya selalu meyimpan stok (persediaan) dalam bentuk barang

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

2. Menurut anda apakah pedagang sebaiknya selalu meyimpan stok (persediaan) dalam bentuk uang

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

3. Dalam hal membeli barang dagangan apakah pedagang harus mempunyai pemasok yang tetap

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

4. Sebagai seorang pedagang anda selalu melakukan pengecekan / pengontrolan persediaan barang dalam periode tertentu

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

Faktor Pengalaman Pedagang

1. Menurut anda apakah seorang pedagang harus mempunyai pengalaman di bidang yang sama sebelum menggeluti usaha ini

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

2. Apakah sebaiknya seorang pedagang harus dibekali oleh pengalaman dibidang yang lain

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

3. Guna mendapatkan hasil yang maksimal dari penjualan produk ini, apakah anda harus berkeliling berdagang di pasar lain selain pasar wage (misalkan hari pasaran pahing, pon, kliwon, legi)

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

4. Dengan kondisi perekonomian seperti saat ini maka sebagai seorang pedagang akan tetap konsisten menggeluti atau menjalani profesi seperti ini

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

Kondisi Barang yang dijual

1. Apakah menurut anda barang dagangan yang anda jual harus selalu murah

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

2. Apakah menurut anda Kualitas yang lebih bagus akan di pilih pembeli meskipun harga yang ditawarkan lebih mahal daripada kualitas di bawahnya .

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

3. Apakah sebagai seorang pedagang anda harus selalu mengikuti trend model yang ada saat ini dengan jalan selalu membeli barang dagangan dengan model terbaru .

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------

4. Apakah anda menggunakan pemikiran “ barang yang kurang laku lebih baik di jual murah (rugi) dari pada tidak laku”

a. STS	b. TS	c.tidak berpendapat	d. S	e. SS
--------	-------	---------------------	------	-------



LAMPIRAN I DATA

No	Y	It 1	It 2	It 3	It 4	TX1	It 1	It 2	It 3	It 4	TX2	It 1	It 2	It 3	It 4	TX3
1	141	4	5	5	3	17	2	5	5	5	17	5	5	5	5	20
2	130	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	4	3	3	3	13
3	127	1	5	5	4	15	5	5	3	3	16	1	1	2	2	6
4	141	4	5	2	4	15	5	5	4	3	17	4	5	3	5	17
5	142	5	5	4	3	17	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
6	136	3	3	3	5	14	4	3	5	5	17	4	3	3	4	14
7	134	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18	5	2	5	4	16
8	131	4	3	3	3	13	1	5	5	4	15	1	5	5	4	15
9	131	4	4	5	5	18	3	4	5	4	16	3	2	5	5	15
10	132	4	5	5	3	17	5	4	5	5	19	3	3	3	5	14
11	136	5	5	4	4	18	5	4	3	5	17	5	5	4	4	18
12	135	3	3	3	5	14	5	4	5	4	18	4	3	1	5	13
13	136	5	4	5	4	18	4	5	2	4	15	3	5	3	4	15
14	127	3	4	4	3	14	4	3	3	3	13	4	5	3	3	15
15	126	4	5	3	3	15	5	3	4	3	15	5	3	3	3	14
16	135	5	3	3	3	14	4	4	4	4	16	5	3	3	3	14
17	137	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18
18	136	1	5	5	4	15	3	5	3	5	16	3	4	4	3	14
19	131	3	3	4	5	15	4	5	2	4	15	2	2	4	4	12
20	142	5	5	4	3	17	5	3	4	5	17	4	4	5	4	17
21	130	4	3	5	5	17	5	4	5	4	18	3	4	5	4	16
22	143	1	5	5	4	15	4	3	5	5	17	5	5	4	4	18
23	129	4	4	4	4	16	1	4	2	2	9	5	4	3	5	17
24	137	4	5	2	4	15	5	3	5	5	18	2	5	4	5	16
25	141	5	5	4	3	17	5	4	5	5	19	4	5	4	4	17
26	131	3	5	3	4	15	3	5	3	4	15	4	3	5	5	17
27	138	5	4	3	5	17	3	5	5	5	18	5	5	3	5	18
28	134	3	3	3	5	14	3	5	4	3	15	5	3	3	3	14
29	138	1	2	5	4	12	4	5	2	4	15	3	5	3	5	16
30	139	4	5	5	3	17	4	3	5	5	17	4	5	5	5	19
31	146	3	5	3	5	16	5	5	4	5	19	4	3	5	5	17
32	140	2	3	5	4	14	5	5	5	4	19	5	4	5	4	18
33	132	5	4	4	1	14	4	5	2	4	15	5	4	3	3	15
34	124	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	3	2	3	5	13
35	137	2	5	5	5	17	4	5	5	3	17	5	3	5	4	17
36	134	5	4	4	5	18	5	4	5	5	19	4	3	5	5	17
37	136	3	2	5	5	15	5	3	5	4	17	3	5	5	5	18
38	133	4	5	5	3	17	5	4	2	3	14	5	3	3	5	16
39	132	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	5	2	4	3	14
40	138	4	5	2	4	15	5	5	4	5	19	3	5	4	3	15
41	141	3	3	4	5	15	5	5	4	3	17	4	3	5	5	17
42	135	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	5	4	4	5	18
43	144	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	4	5	5	5	19
44	130	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18
45	133	5	4	5	5	19	3	5	3	5	16	5	5	4	3	17
46	132	1	3	3	1	8	2	2	1	1	6	4	2	3	4	13
47	133	4	4	5	5	18	1	5	5	4	15	4	5	2	4	15
48	139	5	3	2	4	14	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19

No	Y	lt 1	lt 2	lt 3	lt 4	TX1	lt 1	lt 2	lt 3	lt 4	TX2	lt 1	lt 2	lt 3	lt 4	TX3
49	133	3	5	3	4	15	4	5	4	4	17	5	2	4	3	14
50	134	5	5	4	5	19	2	5	5	5	17	5	3	5	4	17
51	145	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	5	5	5	3	18
52	134	2	5	5	5	17	4	3	5	3	15	4	4	4	4	16
53	132	5	4	4	1	14	4	5	4	4	17	4	3	3	4	14
54	135	2	5	4	4	15	3	3	3	4	13	3	4	5	3	15
55	148	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
56	126	5	3	4	3	15	3	4	3	4	14	1	5	4	1	11
57	140	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
58	136	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	5	3	5	4	17
59	138	4	4	4	4	16	4	3	5	5	17	5	4	4	5	18
60	123	4	4	4	3	15	3	2	3	2	10	3	2	5	5	15
61	129	4	2	2	5	13	4	3	3	2	12	5	5	2	5	17
62	136	3	3	3	5	14	3	2	5	5	15	4	5	5	3	17
63	138	5	4	4	1	14	5	3	5	4	17	3	5	3	4	15
64	123	5	4	3	4	16	3	2	4	3	12	1	5	3	4	13
65	125	2	3	5	3	13	4	3	4	3	14	5	3	2	3	13
66	132	4	5	4	4	17	1	3	3	1	8	5	4	4	1	14
67	131	4	4	4	4	16	5	4	3	5	17	4	3	3	2	12
68	131	3	5	4	3	15	3	2	5	5	15	4	4	3	4	15
69	141	5	3	3	3	14	4	3	5	5	17	5	4	4	4	17
70	136	3	3	4	5	15	3	4	5	4	16	3	4	5	4	16
71	131	5	4	3	4	16	3	3	3	4	13	5	3	5	3	16
72	132	1	2	5	4	12	5	5	2	5	17	4	3	3	3	13
73	147	5	5	5	4	19	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19
74	136	4	3	5	5	17	4	5	4	4	17	5	4	5	5	19
75	116	3	3	4	3	13	2	3	3	2	10	2	2	3	2	9
76	123	3	4	3	4	14	3	4	3	2	12	3	2	3	2	10
77	129	4	4	4	4	16	5	4	4	1	14	4	5	5	3	17
78	141	1	5	5	4	15	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17
79	130	4	3	3	3	13	1	2	5	4	12	3	4	3	4	14
80	135	4	3	5	3	15	4	3	5	3	15	2	2	4	5	13
81	142	5	5	2	5	17	5	5	5	5	20	3	5	4	5	17
82	125	1	3	3	1	8	4	3	3	3	13	4	3	4	3	14
83	136	1	3	3	1	8	5	4	5	4	18	4	3	5	5	17
84	135	3	2	2	3	10	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18
85	130	5	5	2	5	17	4	5	2	4	15	5	4	3	4	16
86	132	4	3	5	5	17	4	4	4	4	16	5	4	4	1	14
87	139	4	3	5	5	17	4	4	5	4	17	5	4	5	3	17
88	129	4	3	3	3	13	5	5	4	3	17	1	4	2	2	9
89	141	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19
90	126	1	3	3	1	8	3	5	4	3	15	3	3	5	5	16
91	125	2	2	1	1	6	1	2	3	4	10	5	3	2	4	14
92	140	5	5	4	4	18	4	5	5	3	17	1	5	5	4	15
93	142	2	5	4	4	15	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
94	134	1	3	3	1	8	4	3	3	3	13	5	4	3	5	17
95	127	4	5	3	3	15	3	5	3	4	15	4	4	4	4	16
96	140	2	5	4	5	16	4	5	4	4	17	4	3	5	5	17
97	133	2	2	4	2	10	5	4	4	1	14	5	4	2	3	14

No	Y	It 1	It 2	It 3	It 4	TX1	It 1	It 2	It 3	It 4	TX2	It 1	It 2	It 3	It 4	TX3
98	136	3	5	3	5	16	4	3	5	5	17	4	5	2	4	15
99	130	5	5	5	5	20	4	5	5	3	17	3	3	2	5	13
100	139	3	3	3	4	13	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18
101	135	3	4	5	4	16	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18
102	142	5	5	4	3	17	3	4	4	5	16	4	5	4	4	17
103	137	5	4	5	5	19	4	5	5	3	17	5	5	4	3	17
104	126	3	3	2	5	13	4	5	5	3	17	2	5	4	4	15
105	126	3	3	3	3	12	3	3	2	5	13	3	3	4	3	13
106	127	5	4	3	5	17	2	2	4	2	10	3	3	4	5	15
107	133	1	2	5	4	12	3	3	4	5	15	2	5	5	5	17
108	143	5	5	2	5	17	5	3	5	4	17	5	5	5	5	20
109	124	1	3	3	1	8	2	3	3	4	12	2	2	4	2	10
110	129	4	5	2	4	15	1	5	4	1	11	1	2	5	4	12
111	140	4	5	5	3	17	5	4	4	5	18	5	4	5	4	18
112	138	5	3	2	3	13	3	3	3	5	14	3	3	4	5	15
113	134	5	4	5	4	18	3	3	5	5	16	5	3	3	5	16
114	139	4	5	5	3	17	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20
115	140	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18	4	4	5	4	17
116	123	1	4	2	2	9	3	4	3	2	12	2	3	5	4	14
117	134	1	2	5	4	12	5	5	4	3	17	4	5	4	4	17
118	134	4	3	5	5	17	4	5	5	3	17	5	4	3	4	16
119	144	1	2	5	4	12	5	5	4	4	18	4	5	4	5	18
120	132	5	4	5	5	19	5	3	5	4	17	4	3	4	4	15
121	140	3	3	3	2	11	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19
122	138	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	3	5	18
123	129	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	3	4	4	3	14
124	134	5	4	4	1	14	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
125	133	3	5	4	3	15	4	4	4	4	16	5	2	5	5	17
126	138	2	2	1	1	6	2	5	4	4	15	5	4	5	4	18
127	138	3	3	3	5	14	4	4	5	5	18	4	3	5	5	17

No	It 1	It 2	It 3	It 4	TX4	It 1	It 2	It 3	It 4	TX5	It 1	It 2	It 3	It 4	TX6
1	5	4	5	4	18	3	3	2	5	13	5	3	3	5	16
2	3	4	2	5	14	3	4	3	4	14	3	5	3	4	15
3	3	4	1	4	12	2	4	3	2	11	4	5	1	3	13
4	5	5	5	4	19	2	2	1	2	7	4	4	3	5	16
5	5	3	5	5	18	3	3	3	4	13	3	5	5	4	17
6	5	4	2	4	15	2	4	1	5	12	5	5	5	3	18
7	2	5	2	4	13	5	4	4	2	15	5	3	5	3	16
8	1	3	2	4	10	3	3	3	2	11	3	5	3	2	13
9	4	4	5	1	14	5	4	4	4	17	5	2	5	5	17
10	3	4	4	2	13	4	4	4	4	16	4	5	4	3	16
11	3	5	2	3	13	2	2	2	2	8	5	3	2	5	15
12	2	5	3	3	13	4	4	4	3	15	4	2	5	4	15
13	2	4	4	5	15	2	3	4	2	11	5	3	3	5	16
14	2	5	3	2	12	5	1	5	2	13	5	5	5	4	19
15	4	5	1	2	12	5	3	3	5	16	5	2	4	2	13
16	3	4	5	3	15	2	5	4	1	12	5	3	3	5	16
17	5	3	4	4	16	1	4	4	2	11	5	5	5	5	20
18	2	5	5	4	16	1	4	3	3	11	5	5	5	2	17
19	4	5	4	3	16	3	5	4	2	14	3	4	3	3	13
20	5	5	5	5	20	5	2	1	5	13	4	5	5	4	18
21	3	3	3	3	12	4	3	4	4	15	4	3	3	3	13
22	5	4	4	5	18	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
23	2	2	4	4	12	4	2	5	4	15	2	2	2	5	11
24	2	4	5	5	16	4	5	5	1	15	5	5	4	4	18
25	5	5	5	5	20	4	1	2	2	9	5	4	5	5	19
26	5	5	5	4	19	5	2	2	5	14	5	3	5	5	18
27	2	4	5	4	15	4	1	2	1	8	4	5	5	4	18
28	3	5	5	4	17	5	4	5	1	15	3	5	4	4	16
29	5	5	5	4	19	1	1	2	2	6	5	4	3	5	17
30	4	4	4	4	16	4	4	2	4	14	4	5	4	5	18
31	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19
32	5	4	5	5	19	5	3	2	5	15	5	5	4	5	19
33	3	4	5	5	17	4	5	4	5	18	3	5	2	5	15
34	3	4	3	2	12	5	4	5	5	19	3	5	2	4	14
35	5	4	4	3	16	5	5	2	2	14	4	5	4	5	18
36	2	3	5	3	13	5	2	4	4	15	5	3	3	3	14
37	1	5	5	4	15	2	2	2	2	8	5	4	5	4	18
38	3	5	4	2	14	1	2	2	5	10	3	2	4	5	14
39	2	5	5	3	15	4	3	4	4	15	2	5	2	2	11
40	2	3	4	4	13	1	2	2	3	8	5	5	5	5	20
41	4	5	5	4	18	2	4	3	5	14	4	2	5	4	15
42	2	1	1	5	9	3	5	2	4	14	2	5	4	5	16
43	4	3	5	5	17	3	4	2	5	14	4	5	5	5	19
44	2	2	5	3	12	2	5	4	2	13	2	3	2	5	12
45	3	3	4	5	15	3	3	4	5	15	5	2	5	2	14
46	4	4	4	5	17	3	3	4	4	14	3	3	5	3	14
47	2	5	5	3	15	4	2	3	5	14	2	4	3	3	12
48	5	5	5	5	20	2	4	2	5	13	5	4	5	5	19

No	It 1	It 2	It 3	It 4	TX4	It 1	It 2	It 3	It 4	TX5	It 1	It 2	It 3	It 4	TX6
49	2	5	5	2	14	4	3	2	4	13	5	3	3	3	14
50	5	4	3	1	13	5	5	2	2	14	3	3	5	4	15
51	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19
52	4	4	3	5	16	5	4	3	3	15	4	3	5	3	15
53	4	4	4	4	16	5	4	3	4	16	4	2	3	5	14
54	2	5	4	5	16	3	5	1	3	12	5	3	5	3	16
55	5	5	5	4	19	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
56	5	3	5	2	15	5	4	5	5	19	5	1	5	2	13
57	4	5	4	5	18	3	5	3	4	15	4	4	5	4	17
58	3	4	1	1	9	3	3	3	3	12	3	4	3	2	12
59	5	5	5	3	18	5	1	3	1	10	4	5	5	5	19
60	1	2	4	4	11	4	5	5	5	19	5	5	3	3	16
61	2	3	5	2	12	5	4	3	5	17	1	5	4	4	14
62	4	3	5	3	15	3	5	1	5	14	4	3	4	4	15
63	5	5	3	5	18	4	1	4	3	12	5	5	4	5	19
64	3	4	2	1	10	5	5	4	5	19	3	4	3	3	13
65	3	4	2	3	12	5	5	4	5	19	3	4	5	5	17
66	3	2	3	5	13	5	5	2	5	17	3	4	3	5	15
67	3	3	4	3	13	4	3	5	4	16	3	5	4	2	14
68	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	5	4	3	5	17
69	4	5	4	5	18	3	2	3	2	10	4	4	5	2	15
70	4	5	5	5	19	5	5	4	1	15	4	5	3	2	14
71	5	2	4	2	13	5	3	4	4	16	5	3	4	5	17
72	3	2	3	5	13	3	5	3	4	15	3	5	3	3	14
73	5	4	5	5	19	2	2	1	1	6	5	5	5	5	20
74	3	5	5	5	18	4	2	3	5	14	3	5	3	3	14
75	3	3	1	3	10	2	2	2	2	8	4	2	2	5	13
76	3	3	4	3	13	2	2	5	3	12	3	5	3	3	14
77	4	3	3	4	14	2	5	4	5	16	4	3	5	3	15
78	5	5	4	4	18	5	2	3	2	12	5	4	5	5	19
79	5	2	3	3	13	3	2	3	3	11	5	3	3	4	15
80	3	5	5	4	17	2	5	2	2	11	3	4	5	5	17
81	5	5	5	5	20	3	5	4	4	16	5	4	4	5	18
82	2	3	2	2	9	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19
83	4	4	4	3	15	2	5	2	3	12	4	3	4	5	16
84	5	3	5	5	18	2	3	3	3	11	5	4	4	3	16
85	4	3	3	2	12	4	3	3	3	13	4	2	5	4	15
86	2	5	5	5	17	5	4	5	4	18	4	2	4	5	15
87	5	3	5	3	16	4	4	2	4	14	5	5	4	3	17
88	3	4	4	3	14	5	4	5	5	19	3	4	3	5	15
89	4	5	5	5	19	2	2	2	1	7	4	5	4	5	18
90	2	5	5	5	17	5	4	5	4	18	2	2	2	5	11
91	5	2	2	2	11	5	5	4	5	19	5	2	2	4	13
92	5	5	4	5	19	5	4	1	2	12	5	4	5	5	19
93	5	3	5	5	18	5	1	5	2	13	5	5	5	4	19
94	4	4	5	5	18	5	3	4	5	17	4	5	2	5	16
95	5	5	4	2	16	5	4	5	2	16	5	4	3	1	13
96	4	5	5	5	19	3	3	1	1	8	4	4	5	4	17
97	5	5	3	5	18	3	5	5	4	17	5	2	5	4	16

No	It 1	It 2	It 3	It 4	TX4	It 1	It 2	It 3	It 4	TX5	It 1	It 2	It 3	It 4	TX6
98	5	5	3	5	18	3	3	2	3	11	5	5	4	4	18
99	4	3	3	5	15	4	3	3	2	12	4	5	2	5	16
100	5	4	4	4	17	5	4	2	3	14	5	5	5	4	19
101	4	4	3	5	16	2	2	3	3	10	4	4	5	4	17
102	5	4	4	5	18	2	5	3	4	14	5	5	5	4	19
103	3	3	5	4	15	2	3	3	2	10	5	5	5	4	19
104	3	5	5	4	17	5	5	3	4	17	3	4	3	3	13
105	3	5	3	4	15	4	4	3	5	16	2	1	4	2	9
106	2	5	2	3	12	4	5	5	5	19	5	1	2	5	13
107	1	3	5	5	14	4	5	5	1	15	3	2	5	3	13
108	4	5	4	4	17	5	4	3	5	17	4	5	5	4	18
109	2	1	5	3	11	5	4	4	4	17	2	3	5	2	12
110	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14	4	2	3	5	14
111	5	5	4	4	18	2	1	3	2	8	4	5	4	4	17
112	3	5	3	5	16	3	5	3	4	15	3	5	5	4	17
113	5	4	5	5	19	4	4	2	2	12	5	2	5	5	17
114	3	5	4	4	16	2	2	4	5	13	3	5	5	3	16
115	5	3	5	4	17	2	4	2	2	10	4	5	4	4	17
116	3	3	4	3	13	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18
117	5	4	3	5	17	5	4	4	2	15	5	3	5	3	16
118	4	5	2	5	16	3	1	3	3	10	4	5	3	5	17
119	5	5	5	5	20	5	1	5	3	14	5	3	5	5	18
120	4	4	2	3	13	4	5	4	3	16	4	3	4	5	16
121	4	5	4	5	18	1	2	2	3	8	4	4	5	5	18
122	5	5	5	5	20	4	5	3	2	14	5	2	5	4	16
123	1	4	2	4	11	4	2	5	3	14	4	1	4	5	14
124	5	5	3	3	16	3	3	2	3	11	3	5	5	4	17
125	2	4	4	3	13	2	2	3	3	10	4	3	3	5	15
126	2	5	4	3	14	3	3	3	5	14	5	5	5	5	20
127	4	3	5	2	14	3	1	4	4	12	4	4	4	4	16



LAMPIRAN II
ANALISIS

Korelasi antara Total variable di F1 dengan setiap variable di F1

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
Koefisien Korelasi	0.692	*0.632	0.527	0.687
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	valid	valid	valid	Valid

Korelasi antara Total variable di F2 dengan setiap variable di F2

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
Koefisien Korelasi	0.724	0.536	0.614	0.687
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	valid	valid	valid	Valid

Korelasi antara Total variable di F3 dengan setiap variable di F3

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
Koefisien Korelasi	0.577	0.590	0.556	0.613
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	valid	valid	valid	Valid

Korelasi antara Total variable di F4 dengan setiap variable di F4

	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
Koefisien Korelasi	0.631	0.558	0.624	0.640
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	valid	valid	valid	Valid

Digital Repository Universitas Jember

Korelasi antara Total variable di F5 dengan setiap variable di F5

	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4
Koefisien Korelasi	0.688	0.611	0.622	0.639
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	valid	valid	valid	Valid

Korelasi antara Total variable di F6 dengan setiap variable di F6

	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4
Koefisien Korelasi	0.589	0.519	0.577	0.506
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	valid	valid	valid	Valid

Korelasi antara Total variable di Y dengan setiap variable di Y

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
Koefisien Korelasi	0.197	0.231	0.401	0.228	0.588	0.528	0488
Signifikansi	Significant	Significant	Significant	Significant	Significant	Significant	Significant
Valid / Tidak Valid	valid	valid	valid	Valid	Valid	Valid	

Reliability Test (X₁)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA) Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	272.4173	19	2.1620		
Within People	410.0000	60	1.0761		
Between Measures	402.023	3	134.0079	6351.0853	.0000
Residual	7.9764	57	.0211		
Total	682.4173	79	1.3460		
Grand Mean	3.7756				

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0

N of Items = 4

Alpha = .5081

Reliability Test (X₂)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA) Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	222.4921	19	1.7658		
Within People	317.5000	60	.8333		
Between Measures	315.3819	3	105.1273	18772.7322	.0000
Residual	2.1181	57	.0056		
Total	539.9921	79	1.0651		
Grand Mean	3.9961				

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0

N of Items = 4

Alpha = .5275

Reliability Test (X₃)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA) Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	187.8150	19	1.4906		
Within People	367.7500	60	.9652		
Between Measures	365.5236	3	121.8412	20651.0509	.0000
Residual	2.2264	57	.0059		
Total	555.5650	79	1.0958		
Grand Mean	3.9469				

Reliability Coefficients

N of Cases = 127.0

N of Items = 4

Alpha = .7073

Digital Repository Universitas Jember

Reliability Test (X_1)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA) Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	247.7953	19	1.9666		
Within People	422.0000	60	1.1076		
Between Measures	410.0787	3	136.6929	4339.4581	.0000
Residual	11.9213	57	.0315		
Total	669.7953	79	1.3211		
Grand Mean	3.8583				

Reliability Coefficients

\bar{y}
N of Cases = 20.0 N of Items = 4
Alpha = .7301

Reliability Test (X_5)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA) Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	329.4488	19	17.3394		
Within People	483.0000	60	8.0500		
Between Measures	475.6220	3	158.5401	1225.1939	.0000
Residual	7.3780	57	.1294		
Total	812.4488	79	10.2842		
Grand Mean	3.4291				

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0 N of Items = 4
Alpha = .5188

Reliability Test (X_6)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA) Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	171.7008	19	9.0369		
Within People	411.2500	60	6.8542		
Between Measures	407.7323	3	135.9108	2202.7682	.0000
Residual	3.5177	57	.0617		
Total	582.9508	79	7.3791		
Grand Mean	3.9902				

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0 N of Items = 4
Alpha = .6739

Digital Repository Universitas Jember

Reliability Test (Y)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	662.9831	19	34.8939		
Within People	23778.5714	60	198.1548		
Between Measures	20064.7987	3	33444.1331	1020.5841	.0000
Residual	3713.7728	57	32.7696		
Total	24441.5546	79	175.8385		
Grand Mean	19.2025				

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0

N of Items = 7

Alpha = .5853

Correlations

		Jumlah Item Yang Dijual	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
Jumlah Item Yang Dijual	Pearson Correlation	1.000	.197*	.231**	.401**	.228**	.588**	.528**	.423**
	Sig. (2-tailed)		.026	.009	.000	.010	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1	Pearson Correlation	.197*	1.000	-.060	.022	-.009	-.015	-.123	-.138
	Sig. (2-tailed)	.026		.501	.802	.919	.866	.168	.121
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y2	Pearson Correlation	.231**	-.060	1.000	.018	-.055	-.024	-.050	-.048
	Sig. (2-tailed)	.009	.501		.842	.540	.792	.578	.592
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y3	Pearson Correlation	.401**	.022	.018	1.000	-.072	-.039	.084	.187*
	Sig. (2-tailed)	.000	.802	.842		.422	.660	.350	.036
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y4	Pearson Correlation	.228**	-.009	-.055	-.072	1.000	-.129	.037	.076
	Sig. (2-tailed)	.010	.919	.540	.422		.148	.682	.393
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y5	Pearson Correlation	.588**	-.015	-.024	-.039	-.129	1.000	.217*	.150
	Sig. (2-tailed)	.000	.866	.792	.660	.148		.014	.093
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y6	Pearson Correlation	.528**	-.123	-.050	.084	.037	.217*	1.000	.069
	Sig. (2-tailed)	.000	.168	.578	.350	.682	.014		.440
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
Y7	Pearson Correlation	.423**	-.138	-.048	.187*	.076	.150	.069	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.121	.592	.036	.393	.093	.440	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

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

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

Keterangan : Jumlah Item Yang Dijual adalah total dari Y1-Y7

Correlations

		Lokasi	X61	X62	X63	X64
Lokasi	Pearson Correlation	1.000	.589**	.519**	.577**	.506**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20
X61	Pearson Correlation	.589**	1.000	-.045	.264**	.169
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.619	.003	.057
	N	20	20	20	20	20
X62	Pearson Correlation	.519**	-.045	1.000	.048	-.002
	Sig. (2-tailed)	.000	.619	.	.591	.984
	N	20	20	20	20	20
X63	Pearson Correlation	.577**	.264**	.048	1.000	-.021
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.591	.	.814
	N	20	20	20	20	20
X64	Pearson Correlation	.506**	.169	-.002	-.021	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.057	.984	.814	.
	N	20	20	20	20	20

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

Keterangan : Lokasi adalah total dari X61-X64

Correlations

		Modal	X51	X52	X53	X54
Modal	Pearson Correlation	1.000	.688**	.611**	.622**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20
X51	Pearson Correlation	.688**	1.000	.175*	.370**	.228*
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.049	.000	.010
	N	20	20	20	20	20
X52	Pearson Correlation	.611**	.175*	1.000	.142	.226*
	Sig. (2-tailed)	.000	.049	.	.111	.011
	N	20	20	20	20	20
X53	Pearson Correlation	.622**	.370**	.142	1.000	.140
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.111	.	.116
	N	20	20	20	20	20
X54	Pearson Correlation	.639**	.228*	.226*	.140	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.011	.116	.
	N	20	20	20	20	20

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

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

Keterangan : Modal adalah total dari X51-X54

Correlations

		Persediaan Barang	X21	X22	X23	X24
Persediaan Barang	Pearson Correlation	1.000	.724**	.536**	.614**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20
X21	Pearson Correlation	.724**	1.000	.254**	.235**	.300**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.004	.008	.001
	N	20	20	20	20	20
X22	Pearson Correlation	.536**	.254**	1.000	.056	.120
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.	.531	.178
	N	20	20	20	20	20
X23	Pearson Correlation	.614**	.235**	.056	1.000	.318**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.531	.	.000
	N	20	20	20	20	20
X24	Pearson Correlation	.687**	.300**	.120	.318**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.178	.000	.
	N	20	20	20	20	20

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

Keterangan : Persediaan Barang adalah total dari X21-X24

Correlations

		Pengalaman	X11	X12	X13	X14
Pengalaman	Pearson Correlation	1.000	.692**	.632**	.527**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20
X11	Pearson Correlation	.692**	1.000	.357**	.022	.263**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.805	.003
	N	20	20	20	20	20
X12	Pearson Correlation	.632**	.357**	1.000	.153	.186*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.086	.036
	N	20	20	20	20	20
X13	Pearson Correlation	.527**	.022	.153	1.000	.259**
	Sig. (2-tailed)	.000	.805	.086	.	.003
	N	20	20	20	20	20
X14	Pearson Correlation	.687**	.263**	.186*	.259**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.036	.003	.
	N	20	20	20	20	20

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

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

Keterangan : Perediaan Barang adalah total dari X11-X14

Correlations

		Kondisi Barang	X41	X42	X43	X44
Kondisi Barang	Pearson Correlation	1.000	.631**	.558**	.624**	.640**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20
X41	Pearson Correlation	.631**	1.000	.156	.153	.170
	Sig. (2-tailed)	.000		.079	.086	.056
	N	20	20	20	20	20
X42	Pearson Correlation	.558**	.156	1.000	.137	.169
	Sig. (2-tailed)	.000	.079		.124	.058
	N	20	20	20	20	20
X43	Pearson Correlation	.624**	.153	.137	1.000	.232**
	Sig. (2-tailed)	.000	.086	.124		.009
	N	20	20	20	20	20
X44	Pearson Correlation	.640**	.170	.169	.232**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.056	.058	.009	
	N	20	20	20	20	20

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

Keterangan :Kondisi Barang adalah total dari X41-X44

Correlations

		Waktu	X31	X32	X33	X34
Waktu	Pearson Correlation	1.000	.577**	.590**	.556**	.613**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20
X31	Pearson Correlation	.577**	1.000	.108	.034	.122
	Sig. (2-tailed)	.000		.227	.706	.173
	N	20	20	20	20	20
X32	Pearson Correlation	.590**	.108	1.000	.111	.148
	Sig. (2-tailed)	.000	.227		.214	.097
	N	20	20	20	20	20
X33	Pearson Correlation	.556**	.034	.111	1.000	.210*
	Sig. (2-tailed)	.000	.706	.214		.018
	N	20	20	20	20	20
X34	Pearson Correlation	.613**	.122	.148	.210*	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.173	.097	.018	
	N	20	20	20	20	20

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

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

Keterangan : Waktu adalah total dari X31-X34

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	94.452	2.874		32.862	.000			
	Pengalaman	.151	.094	.076	1.616	.109	.342	.146	.06
	Persediaan Barang	.509	.119	.230	4.284	.000	.654	.364	.17
	Waktu	.731	.126	.303	5.801	.000	.704	.468	.24
	Kondisi Barang	.712	.108	.339	6.612	.000	.703	.517	.27
	Modal	-.122	.082	-.067	-1.502	.136	-.351	-.136	-.06
	Lokasi	.539	.130	.214	4.138	.000	.644	.353	.17

a. Dependent Variable: Jumlah Item Yang Dijual

Correlations

		Jumlah Item Yang Dijual	Pengalaman	Persediaan Barang	Waktu	Kondisi Barang	Modal	Lokasi
Pearson Correlation	Jumlah Item Yang Dijual	1.000	.342	.654	.704	.703	-.351	.644
	Pengalaman	.342	1.000	.415	.273	.129	-.212	.140
	Persediaan Barang	.654	.415	1.000	.472	.412	-.300	.418
	Waktu	.704	.273	.472	1.000	.463	-.230	.464
	Kondisi Barang	.703	.129	.412	.463	1.000	-.216	.487
	Modal	-.351	-.212	-.300	-.230	-.216	1.000	-.261
	Lokasi	.644	.140	.418	.464	.487	-.261	1.000
Sig. (1-tailed)	Jumlah Item Yang Dijual	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Pengalaman	.000	.000	.000	.001	.074	.008	.058
	Persediaan Barang	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Waktu	.000	.001	.000	.000	.000	.005	.000
	Kondisi Barang	.000	.074	.000	.000	.000	.007	.000
	Modal	.000	.008	.000	.005	.007	.000	.002
	Lokasi	.000	.058	.000	.000	.000	.002	.000
N	Jumlah Item Yang Dijual	127	127	127	127	127	127	127
	Pengalaman	127	127	127	127	127	127	127
	Persediaan Barang	127	127	127	127	127	127	127
	Waktu	127	127	127	127	127	127	127
	Kondisi Barang	127	127	127	127	127	127	127
	Modal	127	127	127	127	127	127	127
	Lokasi	127	127	127	127	127	127	127

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3448.862	6	574.810	75.147	.000 ^e
	Residual	917.894	120	7.649		
	Total	4366.756	126			

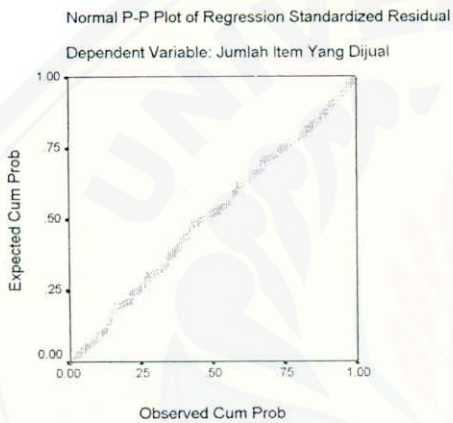
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pengalaman, Modal, Kondisi Barang, Waktu, Persediaan Barang

b. Dependent Variable: Jumlah Item Yang Dijual

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.889 ^a	.790	.779	2.77	1.914

- a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pengalaman, Modal, Kondisi Barang, Waktu, Persediaan Barang
- b. Dependent Variable: Jumlah Item Yang Dijual



Variables Entered/Removed^f

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Waktu		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .001, Probability-of-F-to-remove >= .050).
2	Kondisi Barang		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .001, Probability-of-F-to-remove >= .050).
3	Persediaan Barang		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .001, Probability-of-F-to-remove >= .050).
4	Lokasi		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .001, Probability-of-F-to-remove >= .050).

a. Dependent Variable: Jumlah Item Yang Dijual

Model Summary^f

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.704 ^a	.496	.492	4.20	
2	.823 ^b	.677	.672	3.37	
3	.865 ^c	.749	.742	2.99	
4	.883 ^d	.780	.773	2.80	1.918

a. Predictors: (Constant), Waktu

b. Predictors: (Constant), Waktu, Kondisi Barang

c. Predictors: (Constant), Waktu, Kondisi Barang, Persediaan Barang

d. Predictors: (Constant), Waktu, Kondisi Barang, Persediaan Barang, Lokasi

e. Dependent Variable: Jumlah Item Yang Dijual

ANOVA^e

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2165.068	1	2165.068	122.921	.000 ^a
	Residual	2201.688	125	17.614		
	Total	4366.756	126			
2	Regression	2955.416	2	1477.708	129.831	.000 ^b
	Residual	1411.340	124	11.382		
	Total	4366.756	126			
3	Regression	3268.548	3	1089.516	122.027	.000 ^c
	Residual	1098.208	123	8.929		
	Total	4366.756	126			
4	Regression	3407.212	4	851.803	108.301	.000 ^d
	Residual	959.544	122	7.865		
	Total	4366.756	126			

a. Predictors: (Constant), Waktu

b. Predictors: (Constant), Waktu, Kondisi Barang

c. Predictors: (Constant), Waktu, Kondisi Barang, Persediaan Barang

d. Predictors: (Constant), Waktu, Kondisi Barang, Persediaan Barang, Lokasi

e. Dependent Variable: Jumlah Item Yang Dijual

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	107.545	2.446		43.970	.000			
	Waktu	1.698	.153	.704	11.087	.000	.704	.704	.704
2	(Constant)	100.459	2.142		46.895	.000			
	Waktu	1.162	.139	.482	8.364	.000	.704	.601	.42
	Kondisi Barang	1.008	.121	.480	8.333	.000	.703	.599	.42
3	(Constant)	96.127	2.033		47.273	.000			
	Waktu	.891	.131	.370	6.795	.000	.704	.522	.30
	Kondisi Barang	.846	.111	.403	7.649	.000	.703	.568	.34
	Persediaan Barang	.694	.117	.313	5.922	.000	.654	.471	.25
4	(Constant)	92.859	2.061		45.053	.000			
	Waktu	.766	.127	.318	6.049	.000	.704	.480	.25
	Kondisi Barang	.707	.109	.337	6.493	.000	.703	.507	.27
	Persediaan Barang	.607	.112	.274	5.416	.000	.654	.440	.25
	Lokasi	.550	.131	.218	4.199	.000	.644	.335	.19

a. Dependent Variable: Jumlah Item Yang Dijual

Deskriptif Per Item Faktor

Faktor (X ₁) Pengalaman	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Berpendapat	Setuju	Sangat Setuju
Pengalaman Lama	16	10	25	37	39
Pengalaman Di Bidang Sama	0	11	36	34	46
Selain di Pasar Dijual di mana	2	13	30	39	43
Kondisi Sekarang	12	3	29	41	42

Faktor (X ₂) Persediaan Barang	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Berpendapat	Setuju	Sangat Setuju
Berupa Barang	7	7	24	41	48
Berapa Uang	0	8	30	26	53
Mengambil Barang di mana	1	9	23	42	52
Pengontrolan	5	7	23	46	46

Faktor (X ₃) Waktu	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Berpendapat	Setuju	Sangat Setuju
Hari	7	8	22	42	48
Tanggal	1	14	33	33	46
Jam	1	9	0	38	49
Terjadwal	3	6	24	45	49

Faktor (X ₄) Kondisi Barang	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Berpendapat	Setuju	Sangat Setuju
Murah	5	24	28	27	42
Kualitas Baik	2	8	27	36	54
Mengikuti Trend	5	13	20	37	52
Tidak Laku bagaimana	4	14	28	33	48

Faktor (X_5) Modal	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Berpendapat	Setuju	Sangat Setuju
Dimulai Modal Besar	6	25	25	29	42
Fasilitas Pemerintah	11	23	24	36	33
Pinjam Ke mana	8	29	34	34	22
Kegiatan Dibantu siapa	10	29	23	29	36

Faktor (X_6) Lokasi	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Berpendapat	Setuju	Sangat Setuju
Strategis	1	8	25	39	54
Tempat Permanen	4	18	24	27	54
Pengkhususan Lokasi	1	12	29	31	54
Dibandingkan Pasar Lain	1	12	24	34	56



LAMPIRAN III
TABEL

Critical Values of F

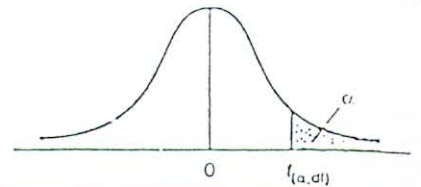
For a particular combination of numerator and denominator degrees of freedom, entry represents the critical values of F corresponding to a specified upper tail area (α).



Denominator df	Numerator df																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	*	
1	161.4	199.5	215.7	221.6	220.2	224.0	226.8	228.9	240.5	241.9	243.9	245.9	248.0	249.1	250.1	251.1	252.2	253.3	254.3	
2	18.51	19.20	19.16	19.25	19.20	19.23	19.25	19.27	19.28	19.40	19.41	19.43	19.45	19.45	19.46	19.47	19.48	19.49	19.50	
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.74	8.70	8.66	8.64	8.62	8.59	8.57	8.55	8.53	
4	7.71	6.94	6.59	6.23	6.23	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.91	5.86	5.80	5.77	5.74	5.72	5.69	5.66	5.63	
5	6.61	5.79	5.41	5.13	5.05	4.95	4.89	4.82	4.77	4.74	4.68	4.62	4.56	4.53	4.50	4.46	4.43	4.40	4.36	
6	5.99	5.14	4.76	4.51	4.29	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.00	3.94	3.87	3.84	3.81	3.77	3.74	3.70	3.67	
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.57	3.51	3.44	3.41	3.38	3.34	3.30	3.27	3.23	
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.44	3.39	3.34	3.29	3.22	3.17	3.10	3.07	3.04	3.00	2.97	2.93	2.90	
9	5.12	4.25	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.07	3.01	2.94	2.90	2.86	2.83	2.79	2.75	2.71	
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.91	2.85	2.77	2.74	2.70	2.66	2.62	2.58	2.54	
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.79	2.72	2.65	2.61	2.57	2.53	2.49	2.45	2.40	
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.10	2.99	2.91	2.85	2.80	2.75	2.69	2.62	2.54	2.51	2.47	2.43	2.38	2.34	2.30	
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.02	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.60	2.53	2.46	2.42	2.38	2.34	2.30	2.25	2.21	
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.53	2.46	2.39	2.35	2.31	2.27	2.22	2.18	2.13	
15	4.54	3.68	3.28	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.48	2.40	2.33	2.29	2.25	2.20	2.16	2.11	2.07	
16	4.49	3.63	3.23	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.42	2.35	2.28	2.24	2.19	2.15	2.10	2.06	2.01	
17	4.45	3.59	3.19	2.96	2.81	2.70	2.62	2.55	2.49	2.44	2.38	2.31	2.23	2.19	2.15	2.10	2.06	2.01	1.96	
18	4.41	3.55	3.15	2.92	2.77	2.66	2.58	2.51	2.45	2.41	2.34	2.27	2.19	2.15	2.11	2.06	2.02	1.97	1.92	
19	4.38	3.52	3.12	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.31	2.23	2.16	2.11	2.07	2.02	1.98	1.93	1.88	
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.29	2.20	2.12	2.08	2.04	1.99	1.95	1.90	1.84	
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.25	2.18	2.10	2.05	2.01	1.96	1.92	1.87	1.81	
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.23	2.15	2.07	2.03	1.98	1.94	1.89	1.84	1.78	
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.20	2.13	2.05	2.01	1.96	1.91	1.86	1.81	1.76	
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.35	2.30	2.25	2.18	2.11	2.03	1.98	1.94	1.89	1.84	1.79	1.73	
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.16	2.09	2.01	1.96	1.92	1.87	1.82	1.77	1.71	
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.15	2.07	2.00	1.95	1.90	1.85	1.80	1.75	1.69	
27	4.21	3.35	2.96	2.72	2.57	2.45	2.37	2.30	2.25	2.20	2.13	2.06	1.97	1.93	1.88	1.84	1.79	1.73	1.67	
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.44	2.35	2.29	2.24	2.19	2.12	2.04	1.96	1.91	1.86	1.81	1.76	1.71	1.65	
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.34	2.28	2.23	2.18	2.11	2.03	1.95	1.90	1.85	1.81	1.75	1.70	1.64	
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.22	2.17	2.10	2.02	1.94	1.89	1.84	1.79	1.74	1.68	1.62	
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.46	2.34	2.25	2.18	2.12	2.07	2.00	1.92	1.84	1.79	1.74	1.69	1.64	1.58	1.51	
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.16	2.10	2.04	1.99	1.92	1.84	1.75	1.70	1.65	1.59	1.53	1.47	1.39	
120	3.97	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.02	1.96	1.91	1.83	1.75	1.66	1.61	1.55	1.50	1.43	1.35	1.25	
*	3.84	3.00	2.60	2.37	2.21	2.10	2.01	1.94	1.88	1.83	1.75	1.67	1.57	1.52	1.46	1.39	1.32	1.22	1.00	

Critical Values of t

For a particular number of degrees of freedom, entry represents the critical value of t corresponding to a specified upper tail area (α)



Degrees of Freedom	Upper Tail Areas (α)					
	.25	.10	.05	.025	.01	.005
1	1.0000	3.0777	6.3138	12.7062	31.8207	63.6574
2	0.8165	1.8856	2.9200	4.3027	6.9646	9.9240
3	0.7649	1.6377	2.3534	3.1824	4.5407	5.8409
4	0.7407	1.5332	2.1318	2.7764	3.7469	4.6041
5	0.7267	1.4759	2.0150	2.5706	3.3649	4.0322
6	0.7176	1.4398	1.9432	2.4469	3.1427	3.7074
7	0.7111	1.4146	1.8946	2.3646	2.9980	3.4995
8	0.7064	1.3968	1.8595	2.3060	2.8965	3.3554
9	0.7027	1.3830	1.8331	2.2622	2.8214	3.2498
10	0.6998	1.3722	1.8125	2.2281	2.7638	3.1693
11	0.6974	1.3634	1.7959	2.2010	2.7181	3.1050
12	0.6955	1.3562	1.7823	2.1788	2.6810	3.0545
13	0.6938	1.3502	1.7709	2.1604	2.6503	3.0123
14	0.6924	1.3450	1.7613	2.1448	2.6245	2.9768
15	0.6912	1.3406	1.7531	2.1315	2.6025	2.9467
16	0.6901	1.3368	1.7459	2.1199	2.5835	2.9208
17	0.6892	1.3334	1.7396	2.1098	2.5669	2.8982
18	0.6884	1.3304	1.7341	2.1009	2.5524	2.8784
19	0.6876	1.3277	1.7291	2.0930	2.5395	2.8609
20	0.6870	1.3253	1.7247	2.0860	2.5280	2.8453
21	0.6864	1.3232	1.7207	2.0796	2.5177	2.8314
22	0.6858	1.3212	1.7171	2.0739	2.5083	2.8186
23	0.6853	1.3195	1.7139	2.0687	2.4999	2.8073
24	0.6848	1.3178	1.7109	2.0639	2.4922	2.7969
25	0.6844	1.3163	1.7081	2.0595	2.4851	2.7874
26	0.6840	1.3150	1.7056	2.0555	2.4786	2.7787
27	0.6837	1.3137	1.7033	2.0518	2.4727	2.7707
28	0.6834	1.3125	1.7011	2.0484	2.4671	2.7633
29	0.6830	1.3114	1.6991	2.0452	2.4620	2.7564
30	0.6828	1.3104	1.6973	2.0423	2.4573	2.7500
31	0.6825	1.3095	1.6955	2.0395	2.4528	2.7440
32	0.6822	1.3086	1.6939	2.0369	2.4487	2.7385
33	0.6820	1.3077	1.6924	2.0345	2.4448	2.7333
34	0.6818	1.3070	1.6909	2.0322	2.4411	2.7284
35	0.6816	1.3062	1.6896	2.0301	2.4377	2.7238
36	0.6814	1.3055	1.6883	2.0281	2.4345	2.7195
37	0.6812	1.3049	1.6871	2.0262	2.4314	2.7154
38	0.6810	1.3042	1.6860	2.0244	2.4286	2.7116
39	0.6808	1.3036	1.6849	2.0227	2.4258	2.7079
40	0.6807	1.3031	1.6839	2.0211	2.4233	2.7045
41	0.6805	1.3025	1.6829	2.0195	2.4208	2.7012
42	0.6804	1.3020	1.6820	2.0181	2.4185	2.6981
43	0.6802	1.3016	1.6811	2.0167	2.4163	2.6951
44	0.6801	1.3011	1.6802	2.0154	2.4141	2.6923
45	0.6800	1.3006	1.6794	2.0141	2.4121	2.6896
46	0.6799	1.3002	1.6787	2.0129	2.4102	2.6870
47	0.6797	1.2998	1.6779	2.0117	2.4083	2.6846
48	0.6796	1.2994	1.6772	2.0106	2.4066	2.6823
49	0.6795	1.2991	1.6766	2.0096	2.4049	2.6801
50	0.6794	1.2987	1.6759	2.0086	2.4033	2.6779

Degrees of Freedom	Upper Tail Areas (α)					
	.25	.10	.05	.025	.01	.005
51	0.6793	1.2834	1.6753	2.0076	2.4017	2.6757
52	0.6792	1.2830	1.6747	2.0066	2.4002	2.6737
53	0.6791	1.2827	1.6741	2.0057	2.3988	2.6718
54	0.6791	1.2824	1.6736	2.0049	2.3974	2.6700
55	0.6790	1.2821	1.6730	2.0040	2.3961	2.6682
56	0.6789	1.2819	1.6725	2.0032	2.3948	2.6665
57	0.6788	1.2816	1.6720	2.0025	2.3936	2.6649
58	0.6787	1.2813	1.6716	2.0017	2.3924	2.6633
59	0.6787	1.2811	1.6711	2.0010	2.3912	2.6618
60	0.6786	1.2808	1.6706	2.0003	2.3901	2.6603
61	0.6785	1.2806	1.6702	1.9996	2.3890	2.6589
62	0.6785	1.2804	1.6698	1.9990	2.3880	2.6575
63	0.6784	1.2801	1.6694	1.9983	2.3870	2.6561
64	0.6783	1.2799	1.6690	1.9977	2.3860	2.6548
65	0.6783	1.2797	1.6686	1.9971	2.3851	2.6536
66	0.6782	1.2795	1.6683	1.9966	2.3842	2.6524
67	0.6782	1.2793	1.6679	1.9960	2.3833	2.6512
68	0.6781	1.2791	1.6676	1.9955	2.3824	2.6501
69	0.6781	1.2789	1.6672	1.9949	2.3816	2.6490
70	0.6780	1.2788	1.6669	1.9944	2.3808	2.6479
71	0.6780	1.2786	1.6666	1.9939	2.3800	2.6469
72	0.6779	1.2784	1.6663	1.9935	2.3793	2.6459
73	0.6779	1.2783	1.6660	1.9930	2.3785	2.6449
74	0.6778	1.2781	1.6657	1.9925	2.3778	2.6439
75	0.6778	1.2779	1.6654	1.9921	2.3771	2.6430
76	0.6777	1.2778	1.6652	1.9917	2.3764	2.6421
77	0.6777	1.2776	1.6649	1.9913	2.3758	2.6412
78	0.6776	1.2775	1.6646	1.9908	2.3751	2.6403
79	0.6776	1.2774	1.6644	1.9905	2.3745	2.6395
80	0.6776	1.2772	1.6641	1.9901	2.3739	2.6387
81	0.6775	1.2771	1.6639	1.9897	2.3733	2.6379
82	0.6775	1.2770	1.6636	1.9893	2.3727	2.6371
83	0.6775	1.2768	1.6634	1.9889	2.3721	2.6364
84	0.6774	1.2767	1.6632	1.9886	2.3716	2.6356
85	0.6774	1.2766	1.6630	1.9883	2.3710	2.6349
86	0.6774	1.2765	1.6628	1.9879	2.3705	2.6342
87	0.6773	1.2764	1.6626	1.9876	2.3700	2.6335
88	0.6773	1.2763	1.6624	1.9873	2.3695	2.6329
89	0.6773	1.2761	1.6622	1.9870	2.3690	2.6322
90	0.6772	1.2760	1.6620	1.9867	2.3685	2.6316
91	0.6772	1.2759	1.6618	1.9864	2.3680	2.6309
92	0.6772	1.2758	1.6616	1.9861	2.3676	2.6303
93	0.6771	1.2757	1.6614	1.9858	2.3671	2.6297
94	0.6771	1.2756	1.6612	1.9855	2.3667	2.6291
95	0.6771	1.2755	1.6611	1.9853	2.3662	2.6286
96	0.677	1.2754	1.6609	1.9850	2.3658	2.6280
97	0.6770	1.2753	1.6607	1.9847	2.3654	2.6275
98	0.6770	1.2752	1.6606	1.9845	2.3650	2.6269
99	0.6770	1.2751	1.6604	1.9842	2.3646	2.6264
100	0.6770	1.2751	1.6602	1.9840	2.3642	2.6259
110	0.6767	1.2833	1.6588	1.9818	2.3607	2.6213
120	0.6765	1.2806	1.6577	1.9799	2.3578	2.6174
∞	0.6745	1.2816	1.6449	1.9500	2.3263	2.5758

Critical Values d_L and d_U of the Durbin-Watson Statistic D (Critical Values Are One-Sided)*

n	$\alpha = .05$										$\alpha = .01$										
	P = 1		P = 2		P = 3		P = 4		P = 5		✓	P = 1		P = 2		P = 3		P = 4		✓	
	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U		d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U		
15	1.08	1.36	.95	1.54	.82	1.75	.69	1.97	.56	2.21		.81	1.07	.70	1.25	.59	1.46	.49	1.70	.36	1.96
16	1.10	1.37	.98	1.54	.86	1.73	.74	1.93	.62	2.15		.84	1.09	.74	1.25	.63	1.44	.53	1.66	.38	1.90
17	1.13	1.38	1.02	1.54	.90	1.71	.78	1.90	.67	2.10		.87	1.10	.77	1.25	.67	1.43	.57	1.63	.40	1.85
18	1.16	1.39	1.05	1.53	.93	1.69	.82	1.87	.71	2.06		.90	1.12	.80	1.26	.71	1.42	.61	1.60	.42	1.80
19	1.18	1.40	1.08	1.53	.97	1.68	.86	1.85	.75	2.02		.93	1.13	.83	1.26	.74	1.41	.65	1.58	.44	1.77
20	1.20	1.41	1.10	1.54	1.00	1.68	.90	1.83	.79	1.99		.95	1.15	.86	1.27	.77	1.41	.68	1.57	.46	1.74
21	1.22	1.42	1.13	1.54	1.02	1.67	.92	1.81	.83	1.96		.97	1.16	.89	1.27	.80	1.41	.72	1.55	.48	1.71
22	1.24	1.43	1.15	1.54	1.03	1.66	.96	1.80	.86	1.94		1.00	1.17	.91	1.28	.83	1.40	.75	1.54	.50	1.69
23	1.26	1.44	1.17	1.54	1.08	1.66	.99	1.79	.90	1.92		1.02	1.19	.94	1.29	.86	1.40	.77	1.53	.52	1.67
24	1.27	1.45	1.19	1.55	1.10	1.66	1.01	1.78	.93	1.90		1.04	1.20	.96	1.30	.88	1.41	.80	1.53	.54	1.66
25	1.29	1.45	1.21	1.55	1.12	1.66	1.04	1.77	.95	1.89		1.05	1.21	.98	1.30	.90	1.41	.83	1.52	.56	1.65
26	1.30	1.46	1.22	1.55	1.14	1.65	1.06	1.76	.98	1.88		1.07	1.22	1.00	1.31	.93	1.41	.85	1.52	.58	1.64
27	1.32	1.47	1.24	1.56	1.16	1.65	1.08	1.76	1.01	1.86		1.09	1.23	1.02	1.32	.95	1.41	.88	1.51	.60	1.63
28	1.33	1.48	1.26	1.56	1.18	1.65	1.10	1.75	1.03	1.85		1.10	1.24	1.04	1.32	.97	1.41	.90	1.51	.62	1.62
29	1.34	1.48	1.27	1.56	1.20	1.65	1.12	1.74	1.05	1.84		1.12	1.25	1.05	1.33	.99	1.42	.92	1.51	.64	1.61
30	1.35	1.49	1.28	1.57	1.21	1.65	1.14	1.74	1.07	1.83		1.13	1.26	1.07	1.34	1.01	1.42	.94	1.51	.66	1.61
31	1.36	1.50	1.30	1.57	1.23	1.65	1.16	1.74	1.09	1.83		1.15	1.27	1.08	1.34	1.02	1.42	.96	1.51	.68	1.60
32	1.37	1.50	1.31	1.57	1.24	1.65	1.18	1.73	1.11	1.82		1.16	1.28	1.10	1.35	1.04	1.43	.98	1.51	.70	1.60
33	1.38	1.51	1.32	1.58	1.26	1.65	1.19	1.73	1.13	1.81		1.17	1.29	1.11	1.36	1.05	1.43	1.00	1.51	.72	1.59
34	1.39	1.51	1.33	1.58	1.27	1.65	1.21	1.73	1.15	1.81		1.18	1.30	1.13	1.36	1.07	1.43	1.01	1.51	.74	1.59
35	1.40	1.52	1.34	1.58	1.28	1.65	1.22	1.73	1.16	1.80		1.19	1.31	1.14	1.37	1.08	1.44	1.03	1.51	.76	1.59
36	1.41	1.52	1.35	1.59	1.29	1.65	1.24	1.73	1.18	1.80		1.21	1.32	1.15	1.38	1.10	1.44	1.04	1.51	.78	1.59
37	1.42	1.53	1.36	1.59	1.31	1.66	1.25	1.72	1.19	1.80		1.22	1.32	1.16	1.38	1.11	1.45	1.06	1.51	.80	1.59
38	1.43	1.54	1.37	1.59	1.32	1.66	1.26	1.72	1.21	1.79		1.24	1.33	1.18	1.39	1.12	1.45	1.07	1.52	.82	1.58
39	1.43	1.54	1.38	1.60	1.33	1.66	1.27	1.72	1.22	1.79		1.25	1.34	1.19	1.39	1.14	1.45	1.09	1.52	.84	1.58
40	1.44	1.54	1.39	1.60	1.34	1.66	1.29	1.72	1.23	1.79		1.26	1.34	1.20	1.40	1.15	1.46	1.10	1.52	.86	1.58
45	1.48	1.57	1.43	1.62	1.38	1.67	1.34	1.72	1.29	1.78		1.29	1.38	1.24	1.42	1.20	1.48	1.16	1.53	.90	1.58
50	1.50	1.59	1.46	1.63	1.42	1.67	1.38	1.72	1.34	1.77		1.32	1.40	1.28	1.45	1.24	1.49	1.20	1.54	.94	1.59
55	1.53	1.60	1.49	1.64	1.45	1.68	1.41	1.72	1.38	1.77		1.36	1.43	1.32	1.47	1.28	1.51	1.25	1.55	.98	1.59
60	1.55	1.62	1.51	1.65	1.48	1.69	1.44	1.73	1.41	1.77		1.38	1.45	1.35	1.48	1.31	1.52	1.28	1.56	1.02	1.60
65	1.57	1.63	1.54	1.66	1.50	1.70	1.47	1.73	1.44	1.77		1.41	1.47	1.38	1.50	1.35	1.53	1.31	1.57	1.06	1.61
70	1.58	1.64	1.55	1.67	1.52	1.70	1.49	1.74	1.46	1.77		1.43	1.49	1.40	1.52	1.37	1.55	1.34	1.58	1.10	1.61
75	1.60	1.65	1.57	1.68	1.54	1.71	1.51	1.74	1.49	1.77		1.45	1.50	1.42	1.53	1.39	1.56	1.37	1.59	1.14	1.62
80	1.61	1.66	1.59	1.69	1.56	1.72	1.53	1.74	1.51	1.77		1.47	1.52	1.44	1.54	1.42	1.57	1.39	1.60	1.18	1.62
85	1.62	1.67	1.60	1.70	1.57	1.72	1.55	1.75	1.52	1.77		1.48	1.53	1.46	1.55	1.43	1.58	1.41	1.60	1.22	1.63
90	1.63	1.68	1.61	1.70	1.59	1.73	1.57	1.75	1.54	1.78		1.50	1.54	1.47	1.56	1.45	1.59	1.43	1.61	1.26	1.64
95	1.64	1.69	1.62	1.71	1.60	1.73	1.58	1.75	1.56	1.78		1.51	1.55	1.49	1.57	1.47	1.60	1.45	1.62	1.30	1.64
100	1.65	1.69	1.63	1.72	1.61	1.74	1.59	1.76	1.57	1.78		1.52	1.56	1.50	1.58	1.48	1.60	1.46	1.63	1.34	1.65

*n = number of observations; P = number of independent variables.
 Source: This table is reproduced from Biometrika, Vol. 41 (1951), pp. 173 and 175, with the permission of the Biometrika Trustees.



Tabel 3.2 Titik-titik Kritis d_L dan d_U : 5%

n	k = 1		k = 2		k = 3		k = 4		k = 5	
	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U
15	1.03	1.35	0.95	1.54	0.82	1.75	0.69	1.97	0.56	2.21
16	1.10	1.37	0.93	1.51	0.85	1.73	0.74	1.93	0.62	2.15
17	1.13	1.38	1.02	1.54	0.90	1.71	0.78	1.90	0.67	2.10
18	1.15	1.39	1.05	1.55	0.93	1.69	0.82	1.87	0.71	2.06
19	1.16	1.40	1.05	1.53	0.97	1.68	0.86	1.85	0.75	2.02
20	1.20	1.41	1.10	1.54	1.00	1.68	0.90	1.83	0.79	1.99
21	1.21	1.42	1.13	1.54	1.03	1.67	0.93	1.81	0.83	1.95
22	1.24	1.43	1.15	1.51	1.05	1.65	0.96	1.80	0.86	1.94
23	1.26	1.44	1.17	1.51	1.08	1.65	0.99	1.79	0.90	1.92
24	1.27	1.45	1.19	1.55	1.10	1.65	1.01	1.78	0.93	1.90
25	1.29	1.45	1.21	1.55	1.12	1.65	1.04	1.77	0.95	1.89
26	1.30	1.45	1.22	1.54	1.14	1.65	1.06	1.76	0.98	1.88
27	1.32	1.47	1.24	1.55	1.16	1.65	1.08	1.75	1.01	1.86
28	1.23	1.48	1.25	1.55	1.18	1.65	1.10	1.75	1.03	1.85
29	1.34	1.48	1.27	1.55	1.20	1.65	1.12	1.74	1.05	1.84
30	1.35	1.49	1.28	1.57	1.21	1.65	1.14	1.74	1.07	1.83
31	1.36	1.50	1.30	1.57	1.23	1.65	1.16	1.74	1.09	1.83
32	1.37	1.50	1.31	1.57	1.24	1.65	1.18	1.73	1.11	1.82
33	1.38	1.51	1.32	1.58	1.25	1.65	1.19	1.73	1.13	1.81
34	1.39	1.51	1.33	1.58	1.27	1.65	1.21	1.73	1.15	1.81
35	1.40	1.52	1.34	1.58	1.28	1.65	1.22	1.73	1.16	1.80
36	1.41	1.52	1.35	1.59	1.29	1.65	1.24	1.73	1.18	1.80
37	1.42	1.53	1.35	1.59	1.31	1.66	1.25	1.72	1.19	1.80
38	1.43	1.54	1.37	1.59	1.32	1.66	1.26	1.72	1.21	1.79
39	1.43	1.54	1.38	1.60	1.33	1.66	1.27	1.72	1.22	1.79
40	1.44	1.54	1.39	1.60	1.34	1.66	1.29	1.72	1.23	1.79
45	1.48	1.57	1.43	1.62	1.38	1.67	1.34	1.72	1.29	1.78
50	1.50	1.59	1.46	1.63	1.42	1.67	1.38	1.72	1.34	1.77
55	1.53	1.60	1.49	1.64	1.45	1.68	1.41	1.72	1.38	1.77
60	1.55	1.62	1.51	1.65	1.48	1.69	1.44	1.73	1.41	1.77
65	1.57	1.63	1.54	1.66	1.50	1.70	1.47	1.73	1.44	1.77
70	1.58	1.64	1.55	1.67	1.52	1.70	1.49	1.74	1.46	1.77
75	1.60	1.65	1.57	1.68	1.54	1.71	1.51	1.74	1.49	1.77
80	1.61	1.66	1.59	1.69	1.56	1.72	1.53	1.74	1.51	1.77
85	1.62	1.67	1.60	1.70	1.57	1.72	1.55	1.75	1.52	1.77
90	1.63	1.68	1.61	1.70	1.59	1.73	1.57	1.75	1.54	1.78
95	1.64	1.69	1.62	1.71	1.60	1.73	1.58	1.75	1.56	1.78
100	1.65	1.69	1.63	1.72	1.61	1.74	1.59	1.76	1.57	1.78