

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Kualitas dan Instrumen Data

Uji kualitas dan instrumen data digunakan untuk mengetahui bagaimana data yang dipakai, apakah telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Apabila data yang digunakan dalam penelitian terbukti validitas dan realibilitas maka dapat dilakukan uji asumsi klasik, analisa faktor regresi, *uji F*, *uji T*, dan uji koefisien determinasi. Berikut ini merupakan hasil pengujiannya :

1. Uji Validitas

Tujuan dilakukan uji validitas ini adalah untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kuisisioner yang telah disusun dan diisi oleh responden dapat mengukur secara tepat dan rinci apa yang akan diukur dalam penelitian ini. Pertanyaan akan dianggap valid apabila koefisien korelasi antara skor butir dan total skor positif serta tingkat signifikan pada level 0,05. Berikut adalah hasil uji validitas dari variabel-variabel yang telah di uji :

a. Variabel Lokasi (X1)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel lokasi yang diperoleh dari tabulasi data.

Peneliti telah melakukan uji validitas yang memperoleh nilai KMO sebagai berikut:

Tabel 5.1

Nilai KMO Lokasi

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,668
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	178,203
	Df	6
	Sig.	0,000

Sumber: lampiran 11

Dari tabel 5.1 dapat diketahui bahwa nilai KMO dari variabel lokasi sebesar 0,668 yang berarti bahwa instrument dari variabel lokasi dapat dikatakan valid karena nilai tersebut lebih besar dari batas tingkat signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,5. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel lokasi yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti telah melakukan uji validitas yang memperoleh hasil analisa faktor sebagai berikut:

Tabel 5.2

Hasil Analisa Faktor

Item	Anti Image	Component Matrix
X11	0,617	0,874
X12	0,604	0,922
X13	0,907	0,643
X14	0,804	0,692

Sumber: Lampiran 11

Dapat dilihat dari nilai komponen matrik dan anti image pada tabel 5.2 dapat diketahui bahwa semua butir pertanyaan pada variabel lokasi

memiliki nilai yang tinggi atau diatas 0,5. Oleh karena itu dapat dibuktikan bahwa 4 pertanyaan merupakan data yang valid dan memperlihatkan korelasi yang kuat antara satu pertanyaan dengan pertanyaan yang lain.

b. Variabel Harga (X2)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel harga yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti telah melakukan uji validitas yang memperoleh nilai KMO sebagai berikut:

Tabel 5.3

Nilai KMO

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.844
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	270.555
	Df	6
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 12

Dari tabel 5.3 dapat diketahui bahwa nilai KMO dari variabel harga sebesar 0,844 yang berarti bahwa instrument dari variabel harga dapat dikatakan valid karena nilai tersebut lebih besar dari batas tingkat signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,5.

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel harga yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti telah melakukan uji validitas yang memperoleh hasil analisa faktor sebagai berikut:

Tabel 5.4

Hasil Analisa Faktor

Item	Anti Image	Component Matrix
X21	0,835	0,835
X22	0,920	0,801
X23	0,859	0,888
X24	0,889	0,865

Sumber : Lampiran 12

Dapat dilihat dari nilai anti image dan component matrix pada tabel 5.4 dapat diketahui bahwa semua butir pertanyaan pada variabel harga memiliki nilai yang tinggi atau diatas 0,5. Oleh karena itu dapat dibuktikan bahwa 4 pertanyaan merupakan data yang valid dan memperlihatkan korelasi yang kuat antara satu pertanyaan dengan pertanyaan yang lain.

c. Variabel Kualitas Produk (X3)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti melakukan uji validitas yang memperoleh nilai KMO sebagai berikut:

Tabel 5.5

Nilai KMO

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,833
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	182.319
	Df	6
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 13

Dari tabel 5.5 dapat diketahui bahwa nilai KMO dari variabel kualitas produk sebesar 0,833 yang berarti bahwa instrument dari variabel kualitas produk dapat dikatakan valid karena nilai tersebut lebih besar dari batas tingkat signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,5.

Peneliti telah melakukan uji validitas yang memperoleh hasil analisa faktor sebagai berikut:

Tabel 5.6

Hasil Analisa Faktor

Item	Anti Image	Component Matrix
X31	0,835	0,835
X32	0,920	0,801
X33	0,859	0,888
X34	0,889	0,865

Sumber : Lampiran 13

Dapat dilihat dari nilai anti image dan component matrix pada tabel 5.6 dapat diketahui bahwa semua butir pertanyaan pada variabel produk memiliki nilai yang tinggi atau diatas 0,5. Oleh karena itu dapat dibuktikan bahwa 4 pertanyaan merupakan data yang valid dan memperlihatkan korelasi yang kuat antara satu pertanyaan dengan pertanyaan yang lain.

b. Variabel Jam Operasional (X4)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel jam operasional yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti telah melakukan uji validitas yang memperoleh nilai KMO sebagai berikut:

Tabel 5.7

Nilai KMO

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,744
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	123.241
	Df	6
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 14

Dari tabel 5.7 dapat diketahui bahwa nilai KMO dari variabel jam operasional sebesar 0,744 yang berarti bahwa instrument dari variabel jam operasional dapat dikatakan valid karena nilai tersebut lebih besar dari batas tingkat signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,5. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel jam operasional yang diperoleh dari tabulasi data.

Peneliti telah melakukan uji validitas yang memperoleh hasil analisa faktor sebagai berikut:

Tabel 5.8

Hasil Analisa Faktor

Item	Anti Image	Component Matrix
X41	0,842	0,721
X42	0,735	0,785
X43	0,760	0,780
X44	0,691	0,864

Sumber : Lampiran 14

Dapat dilihat dari nilai anti image dan component matrix pada tabel 5.8 dapat diketahui bahwa semua butir pertanyaan pada variabel jam operasional memiliki nilai yang tinggi atau diatas 0,5. Oleh karena itu dapat dibuktikan bahwa 4 pertanyaan merupakan data yang valid dan memperlihatkan korelasi yang kuat antara satu pertanyaan dengan pertanyaan yang lain.

b. Variabel Fasilitas (X5)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel fasilitas yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti telah melakukan uji validitas yang memperoleh nilai KMO sebagai berikut:

Tabel 5.9

Nilai KMO

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,790
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	129.347
	Df	10
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 15

Dari tabel 5.9 dapat diketahui bahwa nilai KMO dari variabel fasilitas sebesar 0,790 yang berarti bahwa instrument dari variabel fasilitas dapat dikatakan valid karena nilai tersebut lebih besar dari batas tingkat signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar. Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel fasilitas yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti telah melakukan uji validitas yang memperoleh hasil analisa faktor sebagai berikut:

Tabel 5.10

Hasil Analisa Faktor

Item	Anti Image	Component Matrix
X51	0,857	0,621
X52	0,756	0,826
X53	0,820	0,730
X54	0,742	0,833
X55	0,877	0,590

Sumber : Lampiran 15

Dapat dilihat dari nilai anti image dan component matrix pada tabel 5.10 dapat diketahui bahwa semua butir pertanyaan pada variabel fasilitas memiliki nilai yang tinggi atau diatas 0,5. Oleh karena itu dapat dibuktikan bahwa 5 pertanyaan merupakan data yang valid dan memperlihatkan korelasi yang kuat antara satu pertanyaan dengan pertanyaan yang lain.

c. Variabel Belanja di Ambarukmo Plaza (Y)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel belanja di Ambarukmo Plaza yang diperoleh dari tabulasi data.

Peneliti telah melakukan uji validitas yang memperoleh nilai KMO sebagai berikut:

Tabel 5.11
Nilai KMO

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,692
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	181.854
	Df	10
	Sig.	.000

Sumber : Lampiran 16

Dari tabel 5.11 dapat diketahui bahwa nilai KMO dari variabel belanja di Ambarukmo Plaza sebesar 0,692 yang berarti bahwa instrument dari variabel belanja di Ambarukmo Plaza dapat dikatakan valid karena nilai tersebut lebih besar dari batas tingkat signifikan yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,5.

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel belanja di Ambarukmo Plaza yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti telah melakukan uji validitas yang memperoleh hasil analisa faktor sebagai berikut:

Tabel 5.12
Hasil Analisa Faktor

Item	Anti Image	Component Matrix
X51	0,646	0,824
X52	0,794	0,739
X53	0,688	0,636
X54	0,776	0,633
X55	0,649	0,879

Sumber : Lampiran 16

Dapat dilihat dari nilai anti image dan component matrix pada tabel 5.12 dapat diketahui bahwa semua butir pertanyaan pada variabel belanja di Ambarukmo Plaza memiliki nilai diatas tingkat signifikan yaitu diatas 0,5. Oleh karena itu dapat dibuktikan bahwa 5 pertanyaan merupakan data yang valid dan memperlihatkan korelasi yang kuat antara satu pertanyaan dengan pertanyaan yang lain.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas dalam penelitian ini diukur dengan nilai dari koefisien Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha diatas tingkat signifikan yaitu diatas 0,6. Berikut adalah hasil uji realibilitas dari variabel-variabel yang telah di uji :

a. Variabel Lokasi (X1)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel lokasi yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti telah melakukan uji realibilitas yang memperoleh nilai statistik sebagai berikut:

Tabel 5.13

Statistik Realibilitas Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,791	4

Sumber : Lampiran 17

Hasil dari pengujian pada tabel 5.13 menunjukkan nilai koefisien Cronbach's Alpha dari variabel lokasi sebesar 0,791. Nilai koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 oleh karena itu data dari variabel lokasi yang telah digunakan dapat dikatakan reliabel.

b. Variabel Harga (X2)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel harga yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti telah melakukan uji realibilitas yang memperoleh nilai statistik sebagai berikut:

Tabel 5.14

Statistik Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,912	4

Sumber : Lampiran 18

Hasil dari pengujian pada tabel 5.14 menunjukkan nilai koefisien Cronbach's Alpha dari variabel harga sebesar 0,912. Nilai koefisien Cronbach's Alpha variabel harga lebih besar dari 0,6 oleh karena itu data dari variabel harga yang telah digunakan dapat dikatakan reliabel.

c. Variabel Kualitas Produk (X3)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk yang diperoleh dari tabulasi data.

Peneliti telah melakukan uji realibilitas yang memperoleh nilai statistik sebagai berikut:

Tabel 5.15

Statistik Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,868	4

Sumber : Lampiran 19

Hasil dari pengujian pada tabel 5.15 menunjukkan nilai koefisien Cronbach's Alpha dari variabel kualitas produk sebesar 0,868. Nilai koefisien Cronbach's Alpha variabel kualitas produk lebih besar dari 0,6 oleh karena itu data dari variabel produk yang telah digunakan dapat dikatakan reliabel.

d. Variabel Jam Operasional (X4)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel jam operasional yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti telah melakukan uji realibilitas yang memperoleh nilai statistik sebagai berikut:

Tabel 5.16

Statistik Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	4

Sumber : Lampiran 20

Hasil dari pengujian pada tabel 5.16 menunjukkan nilai koefisien Cronbach's Alpha dari variabel jam operasional sebesar 0,790. Nilai koefisien Cronbach's Alpha variabel jam operasional lebih besar dari 0,6 oleh karena itu data dari variabel jam operasional yang telah digunakan dapat dikatakan reliabel.

e. Variabel Fasilitas (X5)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel fasilitas yang diperoleh dari tabulasi data. Peneliti telah melakukan uji realibilitas yang memperoleh nilai statistik sebagai berikut:

Tabel 5.17

Statistik Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,743	5

Sumber : Lampiran 21

Hasil dari pengujian pada tabel 5.17 menunjukkan nilai koefisien Cronbach's Alpha dari variabel fasilitas sebesar 0,743. Nilai koefisien Cronbach's Alpha variabel fasilitas lebih besar dari 0,6 ($0,743 > 0,6$) oleh karena itu data dari variabel fasilitas yang telah digunakan dapat dikatakan reliabel.

f. Variabel Belanja di Ambarukmo Plaza (Y)

Berdasarkan tanggapan responden terhadap variabel belanja di Ambarukmo Plaza, maka hasil uji realibilita ssebagai berikut:

Tabel 5.18

Statistik Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	5

Sumber : Lampiran22

Hasil dari pengujian pada tabel 5.18 menunjukkan nilai koefisien Cronbach's Alpha dari variabel belanja di Ambarukmo Plaza sebesar 0,794. Nilai koefisien Cronbach's Alpha variabel belanja di Ambarukmo Plaza lebih besar dari 0,6 ($0,794 > 0,6$) oleh karena itu data dari variabel belanja di Ambarukmo Plaza yang telah digunakan dapat dikatakan reliabel.

B. Uji Asumsi Klasik**1. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi terdapat ketidaksamaan varians residual. Nilai signifikan dapat dikatakan lolos dari uji heteroskedastisitas apabila nilai sig. α lebih dari 0,05.

Berdasarkan uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil:

Tabel 5.19

Hasil Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
----------	------

(Constant)	0,472
Variabel Lokasi (X1)	0,066
Variabel Harga (X2)	0,281
Variabel Kualitas Produk (X3)	0,731
Variabel Jam Operasional (X4)	0,100
Variabel Fasilitas (X5)	0,172

Sumber : Lampiran 23

Hasil pengujian pada tabel 5.19 menunjukkan nilai hasil uji heteroskedastisitas dari seluruh variabel. Nilai signifikan dari seluruh variabel bebas yaitu diatas 0,05 sehingga dapat diketahui bahwa model regresi seluruh variabel bebas terhadap nilai absolut residual tidak mengandung heteroskedastisitas.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan merupakan data yang normal atau tidak normal. Uji normalitas yang digunakan statistik *non-parametrik Kolmogorov Smirnov*. Data dapat dikatakan normal apabila nilai sig. $\alpha \geq 0,05$.

Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.20

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
--	-------------------------

Kolmogorov-Smirnov Z	1,216
Asymp. Sig. (2-tailed)	,104

Sumber : Lampiran 23

Hasil pengujian pada tabel 5.20 menunjukkan nilai hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogrov Smirnov* melalui *Asymp. Sig.* yaitu sebesar 0,104 atau lebih dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan merupakan data yang terdistribusi normal.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas saling memiliki hubungan korelasi yang kuat atau tidak kuat. Dapat dikatakan tidak adanya multikolinieritas yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10.

Berdasarkan uji multikolinieritas yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.21

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Variabel Lokasi (X1)	0,487	2,054
Variabel Harga (X2)	0,545	1,834

Variabel Kualitas Produk (X3)	0,584	1,711
Variabel Jam Operasional (X4)	0,842	1,188
Variabel Fasilitas (X5)	0,549	1,820

Sumber: Lampiran 23

Hasil pengujian pada tabel 5.21 menunjukkan nilai uji multikolinieritas dari seluruh variabel. Nilai VIF dari seluruh variabel yaitu dibawah 10, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian lolos uji multikolinearitas.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengukuran regresi yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.22

Hasil Pengukuran Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,111	1,556		1,357	,178
1 X1	,283	,065	,340	4,374	,000
X2	-,145	,055	-,193	-2,622	,010
X3	,241	,056	,308	4,335	,000
X4	,124	,059	,124	2,097	,039
X5	,519	,077	,493	6,728	,000

Sumber: Lampiran 24

1. Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil pengukuran regresi yang terdapat pada tabel 5.22, maka telah didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$\underline{Y = 0,340X_1 - 0,193X_2 + 0,308X_3 + 0,124X_4 + 0,493X_5 + e}$$

Keterangan :

Y = Preferensi Masyarakat Belanja di Ambarukmo Plaza

X₁ = Variabel Lokasi

X₂ = Variabel Harga

X₃ = Variabel Kualitas Produk

X₄ = Variabel Jam Operasional

X₅ = Variabel Fasilitas

Berdasarkan dari persamaan regresi di atas maka masing-masing koefisien variabel yang digunakan dalam penelitian dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Apabila semua variabel bebas tidak mengalami perubahan atau konstan maka variabel lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza yaitu sebesar 0,340, jika variabel lokasi naik sebesar 1% maka preferensi masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza akan mengalami peningkatan sebesar 34%.
2. Apabila semua variabel bebas tidak mengalami perubahan atau konstan maka variabel harga mempunyai pengaruh yang negatif

terhadap variabel preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza yaitu sebesar 0,193, jika variabel harga naik sebesar 1% maka preferensi masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza akan menurun sebesar 19,3%.

3. Apabila semua variabel bebas tidak mengalami perubahan atau konstan maka variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza yaitu sebesar 0,308, jika variabel kualitas produk naik sebesar 1% maka preferensi masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza akan mengalami peningkatan sebesar 30,8%.
4. Apabila semua variabel bebas tidak mengalami perubahan atau konstan maka variabel jam operasional mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza yaitu sebesar 0,124, jika variabel jam operasional naik sebesar 1% maka preferensi masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza akan mengalami peningkatan sebesar 12,4%.
5. Apabila semua variabel bebas tidak mengalami perubahan atau konstan maka variabel fasilitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza yaitu sebesar 0,493, jika variabel fasilitas naik sebesar 1% maka preferensi masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza akan mengalami peningkatan sebesar 49,3%.

2. Uji F

Berdasarkan uji simultan yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.23

Uji F

Model	F	Sig.
1 Regression	49,115	,000 ^b
Residual		
Total		

Sumber: Lampiran 24

Uji Hipotesis:

H_0 = Artinya, variabel bebas secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

H_1 = Artinya, variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Berdasarkan hasil pengujian uji f yang terdapat pada tabel 5.20 maka dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 49,115 sehingga mempunyai nilai signifikan F sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuan nilai signifikan yaitu $\alpha = 5\%$ maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas (lokasi, harga, kualitas produk, jam operasional, dan fasilitas) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu preferensi masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza, karena besarnya tingkat signifikan F

kurang dari batas koefisien(α) yang telah ditentukan yaitu $0,00 < 0,05$. Dengan demikian, hasil dari uji t diperoleh H_0 ditolak dan H_1 diterima atau secara keseluruhan semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen yaitu preferensi masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza.

3. Uji T

Berdasarkan *uji T* yang telah dilakukan dalam penelitian, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.24

Uji T

Model	t	Sig.
(Constant)	1,357	0,178
Variabel Lokasi(X1)	4,374	0,000
Variabel Harga(X2)	-2,622	0,010
Variabel Kualitas Produk(X3)	4,335	0,000
Variabel Jam Operasional(X4)	2,097	0,039
Variabel Fasilitas(X5)	6,728	0,000

Sumber : Lampiran 24

Berdasarkan hasil uji t yang terdapat pada tabel 5.21 maka masing-masing variabel dalam penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Variabel lokasi (X_1) menghasilkan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan batas ketentuan yang telah ditetapkan yaitu α sebesar 0,05 sedangkan $0,000 < 0,05$ maka dapat

disimpulkan bahwa secara individu variabel lokasi(X_1) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap belanja di Ambarukmo Plaza, karena tingkat nilai signifikan variabel lokasi kurang dari batas ketentuan sig $\alpha = 0,05$.

- b. Variabel Harga (X_2) menghasilkan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,010. Berdasarkan batas ketentuan yang telah ditetapkan yaitu α sebesar 0,05 sedangkan $0,010 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara individu variabel harga(X_2) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap belanja di Ambarukmo Plaza, karena tingkat nilai signifikan variabel harga kurang dari batas ketentuan sig $\alpha = 0,05$.
- c. Variabel kualitas produk(X_3) menghasilkan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan batas ketentuan yang telah ditetapkan yaitu α sebesar 0,05 sedangkan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara individu variabel produk(X_3) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap belanja di Ambarukmo Plaza, karena tingkat nilai signifikan variabel produk kurang dari batas ketentuan sig $\alpha = 0,05$.
- d. Variabel jam operasional(X_4) menghasilkan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,039. Berdasarkan batas ketentuan yang telah ditetapkan yaitu α sebesar 0,05 sedangkan $0,039 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara individu variabel jam operasional(X_4) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap

belanja di Ambarukmo Plaza, karena tingkat nilai signifikan variabel jam operasional kurang dari batas ketentuan $\text{sig } \alpha = 0,05$.

- e. Variabel fasilitas(X_5) menghasilkan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan batas ketentuan yang telah ditetapkan yaitu α sebesar 0,05 sedangkan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara individu variabel fasilitas(X_5) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap belanja di Ambarukmo Plaza, karena tingkat nilai signifikan variabel fasilitas kurang dari batas ketentuan $\text{sig } \alpha = 0,05$.

4. Koefisien Determinasi

Berdasarkan uji koefisien determinasi yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5.25

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Durbin-Watson
1	,850 ^a	,723	1,849

Sumber: Lampiran 24

Hasil uji koefisien pada tabel 5.22 menunjukkan nilai *Adjusted R Square*(R^2)sebesar 0,723 atau dalam bentuk persentase yaitu 72,3%.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang meliputi lokasi, harga, kualitas produk, jam operasional, dan fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen preferensi

masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza sebesar 72,3%. Dengan demikian kelima variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 72,3% sementara sisanya sebesar 27,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian.

D. Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara lokasi, harga, kualitas produk, dan fasilitas terhadap preferensi masyarakat Yogyakarta untuk Belanja di Ambarukmo Plaza.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, hasil variabel lokasi secara positif signifikan mempengaruhi preferensi masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza, jadi hasil penelitian tidak sesuai dengan hipotesa karena menurut teori apabila lokasi mudah atau dekat dengan jarak tempat tinggal maka akan banyak masyarakat untuk berbelanja ditempat tersebut. Lokasi memiliki pengaruh positif signifikan karena jarak rumah menuju Ambarukmo Plaza walaupun jauh tidak terlalu menjadi masalah, karena dapat ditempuh dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Ambarukmo Plaza juga bukan merupakan pasar tradisional yang selalu dikunjungi setiap saat yang memenuhi kebutuhan sehari-hari, namun masyarakat yang datang berkunjung di Ambarukmo tidak hanya berbelanja melainkan sekedar berjalan-jalan atau refreshing di akhir pekan bersama keluarga. Jadi, lokasi Ambarukmo Plaza yang jauh dari tempat tinggal bukan menjadi

alasan masyarakat untuk tidak berkunjung, hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu Ade Nurhayati yang mengatakan lokasi pasar yang jauh tidak menjadi suatu masalah bagi konsumen untuk tidak berkunjung, karena lokasi yang jauh dari rumah masih dapat dijangkau dengan kendaraan pribadi.

Variabel harga secara negatif signifikan mempengaruhi preferensi masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza, yang berarti jika harga tinggi sementara variabel yang lain tetap maka hal ini dapat mengakibatkan penurunan bagi masyarakat yang belanja di Ambarukmo Plaza dan sebaliknya apabila harga rendah maka akan meningkatkan keputusan masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza dengan asumsi barang yang ditawarkan di Ambarukmo Plaza merupakan barang sekunder, jadi apabila harga barang naik maka setiap individu akan mempertimbangkan kembali untuk membeli barang tersebut, dan sebaliknya apabila harga turun maka setiap individu akan segera membeli barang tersebut sebelum barang telah habis terjual.

Variabel kualitas produk secara positif signifikan mempengaruhi preferensi masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza, hal ini dikarenakan apabila variasi produk yang ditawarkan selalu inovatif, kualitas baik dan beragam sesuai dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat maka keputusan untuk membeli produk tersebut sangat tinggi. Konsumen dalam membeli sesuatu tergantung dengan persepsi individu, adapula konsumen yang selalu beranggapan kualitas yang baik apabila

merk itu terkenal. Variasi produk yang menarik pembeli merupakan salah satu strategi bagi toko yang berada dilingkungan Ambarukmo Plaza.

Variabel jam operasional secara positif signifikan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza, sejauh ini jam operasional yang dimaksud merupakan lamanya jam buka atau jam kerja Ambarukmo Plaza. Apabila jam operasional yang fleksibel maka pengunjung yang memiliki pekerjaan atau yang terikat dengan suatu kantor atau perusahaan dapat belanja atau berkunjung ketika pekerjaan mereka telah selesai, begitu juga dengan mahasiswa atau pelajar yang menyesuaikan dengan waktu kuliah atau sekolah. Jam operasional Ambarukmo Plaza menunjukkan bahwa waktu untuk belanja dapat disesuaikan dengan kesibukan setiap individu yang ingin berbelanja.

Variabel fasilitas secara positif signifikan mempengaruhi terhadap preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza, karena fasilitas yang dimiliki Ambarukmo Plaza sangat baik dan lengkap maka dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza dengan sangat nyaman, apabila fasilitas yang ada di Ambarukmo Plaza semakin meningkat maka berpengaruh bagi masyarakat Yogyakarta untuk belanja. Fasilitas dengan standar yang baik merupakan nilai hasil kepuasan dari konsumen yang belanja di Ambarukmo Plaza.

Dari hasil analisis secara bersama-sama maka dapat disimpulkan bahwa kelima variabel yang meliputi lokasi, harga, kualitas produk, jam

operasional, dan fasilitas memiliki pengaruh yang secara signifikan terhadap preferensi masyarakat untuk belanja di Ambarukmo Plaza. Dari kelima variabel yang ada dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel lokasi, kualitas produk, jam operasional dan fasilitas memiliki pengaruh yang sangat positif signifikan. Sedangkan untuk variabel harga memiliki pengaruh negatif signifikan.

Hasil penelitian ini dapat mengetahui bahwa variabel independen yang digunakan dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 72,3% sedangkan untuk sebesar 27,7% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini. Faktor variabel lain yang dimaksud dapat dimisalkan seperti pendapatan, kualitas, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa masih banyak faktor variabel lain diluar dari penelitian yang dapat memiliki pengaruh untuk preferensi masyarakat Yogyakarta untuk belanja di Ambarukmo Plaza.