

PENGARUH HARGA & GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT

Puji Muniarty^{1*}, Della Saputri², Aprianti³, Devi Arisandi⁴, Putri Wahyu Iksanti⁵, Tri Wahyuni⁶

^{1*} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima,

JL. Monginsidi, Sarae, Rasanae Barat, Bima, NTB, e-mail: puji.stiebima@gmail.com

² Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

JL. Monginsidi, Sarae, Rasanae Barat, Bima, NTB, e-mail: delsa991205@gmail.com

³ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

JL. Monginsidi, Sarae, Rasanae Barat, Bima, NTB, e-mail: Apriantiapril585@gmail.com

⁴ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

JL. Monginsidi, Sarae, Rasanae Barat, Bima, NTB, e-mail: Deviarisandi25002@gmail.com

⁵ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

JL. Monginsidi, Sarae, Rasanae Barat, Bima, NTB, e-mail: Putriwahyuikasanti25@gmail.com

⁶ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

JL. Monginsidi, Sarae, Rasanae Barat, Bima, NTB, e-mail: triwahyunitri@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 30 April 2021

Received in revised form 2 Mei 2021

Accepted 10 Juni 2021

Available online Juli 2021

ABSTRACT

The Influence of Prices and Lifestyle on People's Purchase Intention in Traditional Markets An Understood During the Covid-19 Pandemic. This study aims to determine the effect of prices and lifestyle on people's buying interest in understanding traditional markets during the Covid-19 pandemic. This type of research is a quantitative associative research and its location is in the traditional market An understand, Bima City. In this study, the sample consisted of 55 respondents who were selected using purposive sampling technique. Data collection techniques in this study using a questionnaire, observation, and literature study. Testing the instrument using the validity test and reliability test. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, the coefficient of determination; f test (simultaneous test), t test (partial test) and classical assumption test. The results showed that by means of the t test (partial test) it is known that the price variable does not have a significant effect on the purchase intention variable while the lifestyle variable has a positive and significant effect on the purchase intention variable. Then by means of the f test (simultaneous test) it is known that the variable price and lifestyle variables have a positive and significant influence on the purchase intention variable.

Keywords: Lifestyle, Price, Purchase Interest, and Traditional Market.

Abstrak

Received April 30, 2021; Revised Mei 2, 2021; Accepted Juni 22, 2021

Pengaruh Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Pasar Tradisional Amahami Dimasa Pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan gaya hidup terhadap minat beli masyarakat pada pasar tradisional amahami dimasa pandemi covid-19. Jenis Penelitian ini adalah penelitian asosiatif secara kuantitatif dan lokasinya di pasar tradisional Amahami, Kota Bima. Dalam penelitian ini sampel terdiri dari 55 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Uji coba instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi; uji f (uji simultan), uji t (uji parsial) dan uji asumsi klasik. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara uji t (uji parsial) diketahui bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli sedangkan pada variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli. Kemudian secara uji f (uji simultan) diketahui variabel harga dan variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Harga, Minat Beli, dan Pasar Tradisional.

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini pasar modern maupun semi modern di Indonesia mengalami perkembangan. Perkembangan tersebut memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung terhadap pasar tradisional di Indonesia. Salah satu pasar tradisional di Indonesia yang berlokasi di kota bima adalah pasar tradisional amahami yang memiliki identik dengan keadaan kumuh, semrawut, bau dan sebagainya. sehingga keadaan tersebut menambah keterpurukan pasar tersebut. Ditambah lagi dengan keadaan saat ini yang sedang di landa pandemi covid-19 menyebabkan penurunan tingkat perekonomian masing-masing setiap daerah. Selain itu, berbagai kegiatan ekonomi masyarakat berdampak pula dengan adanya penerpan kebijakan PPKM & *Social distancing*. Kebijakan ini berdampak multi ekonomi diberbagai sektor pemerintah, birokrasi, bumh dan khususnya profesi masyarakat yang ada di kota bima dalam menghasilkan *income*. Salah satu efek dari kebijakan PPKM dan *social distancing* yang dirasakan oleh masyarakat yaitu menurunnya daya beli masyarakat hal ini tidak menutup kemungkinan dengan bermunculannya pasar modern seperti supermarket, minimarket, dan online shope juga berdampak pada menurunnya minat beli masyarakat menurunnya minat beli masyarakat terhadap pasar tradisional amahami dikarenakan pasar modern menawarkan strategi dan konten yang lebih efisien dan efektif.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan peneliti, gaya hidup perilaku konsumsi dan gaya hidup perilaku masyarakat kota bima saat ini sudah mulai bergeser dulunya konsumen melakukan kegiatan pembelian produk secara langsung (face to face) namun saat ini perilaku pembelian sudah dilakukan secara online. Tren konsumsi akan pembelian suatu produk dimasa pandemi saat ini berubah secara drastis yang dimana konsumen lebih nyaman melakukan pembelian secara online dengan menggunakan berbagai marketplace yang ada seperti di tokopedia, lazada, shopee, dll. Sehingga hal ini menyebabkan peningkatan penggunaan e-commerce.

Tabel 1. Data Penggunaan konsumen e-commerce

No.	E-commerce	Jumlah Pengguna
1	Tokopedia	69.8 Juta
2	Lazada	24.4 Juta
3	Shopee	71.5 Juta
4	Buka Lapak	37.6 Juta
5	blibli	17.6 Juta
6	JD.ID	6.1 Juta
7	Orami	5.6 Juta
8	Bhineka	4.5 Juta
9	Socialla	3.1 Juta
10	Zalora	2.4 Juta

Sumber : databoks.katada.co.id 2020

Berdasarkan tabel 1 maka diketahui bahwa pengguna e-commerce yang terbanyak adalah pada shopee yaitu sebanyak 71,5 juta. Dikarenakan di e-commerce tersebut menawarkan pelayanan yang terjangkau, harga

barang yang bervariasi, berbagai jasa pengiriman, dan memberikan diskon serta berbagai fitur yang tersedia seperti fitur game, pembayaran PLN, pembelian pulsa dan lainnya. sehingga menjadikan e-commerce shopee lebih unggul dibandingkan dengan e-commerce lainnya. Kemudian hal tersebut juga dapat memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan karena sesuai dengan pola perilaku pembeli dan gaya hidup masa kini yang ingin berbelanja dengan efisiensi waktu maksimal.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Masyarakat”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh secara parsial dan simultan antara harga, gaya hidup terhadap minat beli.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Harga

Menurut Annafik (dalam Ruri Utami 2017) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian. Sedangkan menurut Ferdinand (dalam Faradiba 2013) Harga merupakan suatu pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran, dimana dengan harga yang mahal biasanya konsumen berfikir pasti produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik dan apabila harga yang ditawarkan murah konsumen masih meragukan kualitas produknya. Sehingga dapat disimpulkan harga adalah suatu hal yang dijadikan sebagai salah satu keputusan untuk memilih produk dan sebagai penyebab terjadinya peningkatan kinerja pemasaran.

2.2. Gaya Hidup

Menurut minor & mowen (dalam dedeh siti Soadah 2017) menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang mengenai bagaimana membelanjakan uangnya, mengalokasikan waktu dan bagaimana cara menjalani hidup. Sedangkan menurut Setiadi (2010:148) mendefinisikan gaya hidup sebagai sebuah cara hidup seseorang dalam hal menghabiskan waktu, dan bagaimana seseorang memikirkan mengenai dirinya dan lingkungan sekitar. Sehingga dapat disimpulkan gaya hidup adalah aktivitas yang dilakukan seseorang semasa hidupnya yang dapat mempengaruhi pola konsumsi dan perilakunya.

2.3. Minat Beli

Menurut Nugroho (dalam Iwan Kesuma Sihombing 2019) menjelaskan minat beli merupakan proses menentukan pilihan dengan mengintegrasikan suatu barang/jasa dan menggabungkan dengan pengetahuan untuk mengevaluasinya. Sedangkan menurut swastha dan irawan (dalam Hendra Fure 2013) minat beli adalah suatu perilaku pelanggan yang didasarkan pada sebuah keputusan pembelian yang akan dilakukan. Sehingga dapat disimpulkan minat beli merupakan proses pengintegrasikan yang dikombinasikan dengan pengetahuan guna memperoleh keputusan dalam hal memilih suatu produk.

2.4. Gaya Hidup Terhadap Minat Beli

Pada penelitian hendra Fure (2013) mengungkapkan bahwa pengaruh harga terhadap minat beli yaitu signifikan dan positif, dimana semakin tinggi harga suatu barang maka setiap pelanggan akan mempersiapkan jasa semakin tinggi pula. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan nilai persepsi seseorang. Dengan demikian dengan adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang atau jasa. Menurut Dinawan (2010:34) Menjadikan harga sebagai indikator berupa besar pengorbanan yang diperlukan untuk membeli suatu produk sekaligus dijadikan sebagai suatu indikator level of quality.

2.5. Gaya Hidup Terhadap Minat Beli

Berdasarkan penelitian Yosie Anne Putri (2019) menyatakan bahwa pengaruh gaya hidup terhadap minat beli adalah signifikan dan memiliki dampak positif. Sehingga mendukung riset dari Diyah dan Wijaya (2017) yang juga membuktikan bahwa keputusan pelanggan dalam membeli berkaitan dengan gaya hidup dan memberikan kesimpulan bahwa sebuah alat untuk memperkirakan niat beli seseorang adalah gaya hidup konsumsi yang sehat.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode pada penelitian ini adalah asosiatif secara kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui pengaruh harga dan gaya hidup terhadap minat beli masyarakat pada pasar tradisional amahami. Kemudian jenis data yang digunakan adalah data primer yang sumber datanya secara langsung diperoleh melalui survei

lapangan dengan menggunakan metode pengambilan data yang original melalui observasi, angket (kuesioner), dan studi pustaka.

Penelitian ini termasuk dalam bidang sosial sehingga Instrumen penelitiannya disusun sendiri oleh peneliti dengan titik tolak dari penyusunannya adalah variabel yang akan diteliti (sugiyono, 2015). Instrumen pada penelitian ini akan berbentuk kuesioner yang pengukurannya dengan skala likert dan kuisisioner bersifat tertutup dimana responden diberi alternatif pilihan jawaban pada setiap pernyataan. Kemudian kuisisioner akan dibuat pada *google form* yang akan dibagikan secara online agar mudah dalam proses pembagiannya di keadaan saat ini yaitu pandemi covid-19 dan mudah diakses oleh responden.

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya dikarenakan populasinya sangat besar dan tidak terbatas. Sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan rumus perhitungan Hair et al (2011) yang dikutip dalam Fitriadi dan Rini (2019), yaitu jumlah indikator penelitian dikali 5 sampai 10. Dengan demikian sampel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut ;

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 11 \text{ indikator} \times 5 \\ &= 55 \end{aligned}$$

Sehingga berdasarkan perhitungan diatas peneliti menetapkan 55 sampel dengan teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik *nonprobabilaty sampling* dengan jenis *purposive sampling*, dimana peneliti akan memilih sampel yang berasal dari konsumen yang pernah melakukan pembelian di pasar tradisional Amahami.

Kemudian operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan indikator, ukuran serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian. Jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen (variabel bebas) yang akan diteliti antara lain adalah variabel gaya hidup, dan harga. Kedua variabel tersebut akan dilihat pengaruhnya terhadap minat beli sebagai variabel endogen (variabel terikat). Adapun pengukuran untuk variabel harga adalah indikator yang dikemukakan oleh kotler (dalam suri amilia 2017) yang terdiri atas keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Lalu adapun pengukuran untuk variabel gaya hidup adalah indikator yang terdiri atas aktivitas, minat, dan opini (Mandey dalam Kamaluddin & Muhajirin, 2018). pengukuran untuk variabel minat beli yang dikemukakan oleh ferdinand (dalam Iwan Kesuma Sihombing 2019) adalah indikator yang terdiri atas minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

Teknik analisis ada yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas uji instrumen seperti uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian dalam hal pengujian hipotesis menggunakan uji F (Simultan) dan uji t (uji parsial). Selain itu peneliti juga akan melakukan uji asumsi klasik; regresi linear berganda; dan koefisien determinasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Berikut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan.

Tabel 2. Deskripsi Responden

No.,	Keterangan	Jumlah	Presentase
1.	Jenis Kelamin :		
	Laki-laki	10	18,2%
	Perempuan	45	81,8%
2.	Usia :		
	26-35	5	9,1%
	16-25	50	90,9%
3.	Tingkat Pendidikan		
	sma/smk/ma	38	69,1%
	diploma/sarjana/magister	17	30,9%
4.	Pekerjaan		
	Pelajar/Mahasiswa	49	89,1%
	Ibu Rumah Tangga	3	5,5%
	Pagawai Swasta	1	1,8%
	Wiraswasta	2	3,6%

Responden dalam penelitian ini berjumlah 50 responden yang terdiri dari 81,8% atau 45 perempuan, dan 18,2% atau 10 laki-laki. Kemudian karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia 16-25 tahun yang memiliki presentase sebesar 90,9%. Sedangkan karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan menunjukkan bahwa sebagian besarnya adalah sma/smk/ma dengan nilai presentase sebesar 69,1%. Kemudian untuk karakteristik pekerjaan di dominasikan oleh pelajar/mahasiswa sebesar 89,1%.

4.2 Uji Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas					
Variabel Penelitian	Pernyataan	Nilai Rhitung	Nilai Rtabel	Nilai Sig.	Keterangan
Harga (X1)	Item 1	0,706	0,266	0,000	Valid
	Item 2	0,614	0,266	0,000	Valid
	Item 3	0,613	0,266	0,000	Valid
	Item 4	0,592	0,266	0,000	Valid
	Item 5	0,739	0,266	0,000	Valid
	Item 6	0,586	0,266	0,000	Valid
	Item 7	0,660	0,266	0,000	Valid
	Item 8	0,665	0,266	0,000	Valid
Gaya Hidup (X2)	Item 1	0,610	0,266	0,000	Valid
	Item 2	0,606	0,266	0,000	Valid
	Item 3	0,695	0,266	0,000	Valid
	Item 4	0,749	0,266	0,000	Valid
	Item 5	650	0,266	0,000	Valid

Minat Beli (Y)	Item 1	0,616	0,266	0,000	Valid
	Item 2	0,655	0,266	0,000	Valid
	Item 3	0,636	0,266	0,000	Valid
	Item 4	0,664	0,266	0,000	Valid
	Item 5	0,714	0,266	0,000	Valid
	Item 6	0,643	0,266	0,000	Valid
	Item 7	0,610	0,266	0,000	Valid
	Item 8	0,689	0,266	0,000	Valid

Berdasarkan dari tabel pengujian validitas diatas diperoleh hasil bahwa seluruh indikator yang digunakan dinyatakan valid atau dapat digunakan karena $R_{hitung} > R_{tabel}$. Pengujian validitas ini menunjukkan semua pernyataan kuesioner dalam penelitian ini valid dan sesuai dengan angket yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari para responden.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4. Reliability Statistics Harga (X1)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,801	,802	8

Tabel 5. Reliability Statistics Gaya Hidup (X2)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,665	,685	5

Tabel 6. Reliability Statistics Minat Beli (Y)

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,803	,809	8

Uji reliabelitas digunakan untuk menguji apakah hasil dari kuisisioner dapat dipercaya atau tidak (Ghozali , 2011: 88). Berdasarkan tabel output diatas dapat diketahui bahwa pada variabel X1 (harga) N of Items (banyak nya item atau butir pernyataan angket)nya adalah 8 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,801; variabel X2 (gaya hidup) N of Items (banyak nya item atau butir pernyataan angket)nya adalah 5 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,665 dan pada variabel Y (minat beli) N of Items (banyak nya item atau butir pernyataan angket)nya adalah 8 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,803. Karena nilai Cronbach's Alpha dari semua variabel lebih besar dari 0,60

maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan angket untuk setiap variabel dinyatakan reliabel atau konsisten.

4.3 Analisis data

4.3.1 Statistik Deskriptif

Tabel 7. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	55	20	39	30,58	3,919
Gaya Hidup	55	12	24	18,40	2,506
Minat Beli	55	19	36	28,40	4,206
Valid N (listwise)	55				

Sumber : Data Primer yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pada variabel “harga” memiliki nilai minimum 20; maximum 39; mean (rata-rata) 30,58; dan standar deviasinya 3,919. Kemudian pada variabel “gaya hidup” memiliki nilai minimum 24; maximum 28,40; mean (rata-rata) 18,40; dan standar deviasi 2,506. Lalu pada variabel “Minat Beli” memiliki nilai minimum 19; maximum 36; mean (rata-rata) 28,40; dan standar deviasi 4,306.

4.3.2 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara setiap variabel penelitian dalam bentuk persamaan regresi”.

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	
1	(Constant)	4,418	3,727		1,185	,241	-3,061	11,898
	Harga	,048	,104	,044	,459	,648	-,160	,255
	Gaya Hidup	1,224	,162	,730	7,560	,000	,899	1,549

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Berdasarkan hasil output diatas dapat menggambarkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4,418 + 0,048X_1 + 1,224X_2$$

Keterangan ;

- Nilai konstanta bernilai positif sebesar 4,418 hal ini menunjukkan apabila variabel harga dan gaya hidup nol, maka minat beli sebesar 4,418.
- Koefisien regresi X_1 , bernilai positif sebesar 0,048 hal ini menunjukkan bahwa apabila harga semakin baik dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan minat

beli sebesar 0,048.

- c. Koefisien regresi X_2 , bernilai positif sebesar 1,224 hal ini menunjukkan bahwa apabila gaya hidup semakin baik dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan minat beli sebesar 1,224.

4.3.3 Koefisien Determinasi

koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menentukan seberapa besar kontribusi antara variabel kepercayaan konsumen dan keamanan terhadap minat beli pada marketplace shopee di kota bima.

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,743 ^a	,552	,535	2,869

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Harga

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Berdasarkan dari hasil pengolahan analisis koefisien determinasi diperoleh hasil nilai R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,552. Angka tersebut akan diubah kedalam bentuk persen menjadi 55,2%, sedangkan sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

4.4 Uji Hipotesis

4.4.1 Uji F (uji simultan)

Tabel 10. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	527,243	2	263,622	32,032	,000 ^b
	Residual	427,957	52	8,230		
	Total	955,200	54			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Harga

Uji f digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel independen Harga (x_1) dan Gaya Hidup (x_2) terhadap variabel dependent minat beli (Y). Kemudian nilai f_{tabel} yang digunakan dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan $df = k - 1 = 3 - 1 = 2$, $n - k = 55 - 3 = 52$ adalah sebesar 3,18. Maka diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 32,032. Nilai tersebut lebih besar dari nilai f_{tabel} ($32,032 > 3,18$) dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Harga dan Gaya Hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

4.4.2 Uji T (uji parsial)

Uji parsial (Uji T) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Tabel 11. Hasil Uji T (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B

	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
(Constant)	4,418	3,727		1,185	,241	-3,061	11,898
1 Harga	,048	,104	,044	,459	,648	-,160	,255
Gaya Hidup	1,224	,162	,730	7,560	,000	,899	1,549

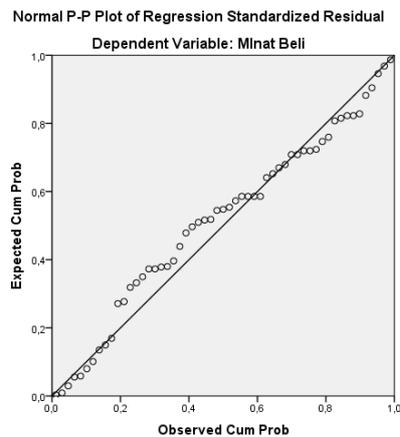
a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data Primer yang Diolah (2021)

Berdasarkan dari hasil uji t (uji parsial) dapat diketahui bahwa nilai T_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai T_{tabel} yang dapat dilihat pada tabel statistik dengan probabilitas $0,05/2 = 0,025$ dan derajat kebebasan (df) = $N-k$ atau $55-3=52$, sehingga hasil T_{tabel} untuk harga dan gaya hidup adalah sebesar 2,007. Maka hasil pengujian uji t (uji parsial) nya adalah nilai T_{hitung} variabel harga sebesar $0,459 < T_{tabel}$ 2,007 dan sig. sebesar $0,648 > \alpha$ 0,050; dan adalah nilai T_{hitung} variabel gaya hidup sebesar $7,560 > T_{tabel}$ 2,007 dan sig. sebesar $0,000 < \alpha$ 0,050. Maka dapat diketahui bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ataupun H_0 diterima dan H_a ditolak. Kemudian dari segi gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ataupun H_0 ditolak dan H_a diterima.

4.5 Uji Asumsi Klasik

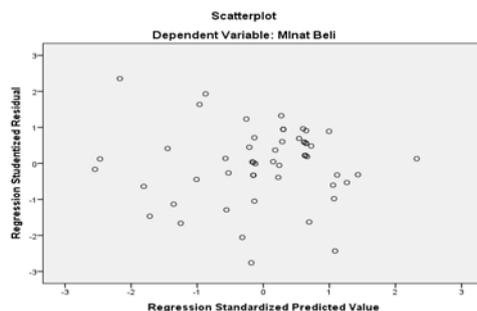
4.5.1 Uji Normalitas



Gambar 1. P-plot

Berdasarkan gambar atas, dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data terdistribusi dengan normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Uji Heterokedasitas



Gambar 2. Scatterplot

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

4.5.3 Uji Multikolinearitas

Tabel 12. Hasil uji multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,418	3,727		1,185	,241		
Harga	,048	,104	,044	,459	,648	,925	1,081
Keamanan	1,224	,162	,730	7,560	,000	,925	1,081

a. Dependent Variable: Minat Beli

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai *Tolerance* seluruh variabel independen yaitu harga dan gaya hidup sebesar 0,925 > 0,10 dan nilai *VIF* sebesar 1,081 < 10. Dengan demikian tidak terdapat gejala multikolinearitas atau tidak terjadi hubungan satu sama lain diantara variabel independen.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan gaya hidup terhadap minat beli masyarakat pada pasar tradisional Amahami. Instrumen pada penelitian ini dapat dinyatakan semuanya valid dan reliabel atau konsisten. Kemudian pada penelitian ini menemukan bahwasannya :

- Pada hasil uji regresi linear berganda diketahui bahwa nilai konstanta bernilai positif sebesar 4,418. Kemudian terdapat nilai 0,048 (48%) harga yang berpengaruh positif dan pada gaya hidup bernilai positif sebesar 1.224 (122,4%) terhadap minat beli. Hal ini dibuktikan dari hasil persamaannya yaitu $Y = 4,418 + 0,048X_1 + 1,224X_2$
- Pada pengujian koefisien determinasi diketahui besar kontribusi variabel harga (X_1) dan gaya hidup (X_2) terhadap variabel minat beli (Y) adalah sebesar 55,2% .
- Hasil pengujian uji f (uji simultan) menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 32,032. Nilai tersebut lebih besar dari nilai f_{tabel} ($32,032 > 3,18$) dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya harga dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

- Hasil pengujian uji t (uji parsial) menunjukkan nilai T_{hitung} variabel harga sebesar $0,459 < T_{tabel}$ 2,007 dan sig. sebesar $0,648 > \alpha$ 0,050; Maka dapat diketahui bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ataupun H_0 diterima dan H_a ditolak. Kemudian pada variable gaya hidup nilai T_{hitung} 7,560 > T_{tabel} 2,007 dan sig. sebesar $0,000 < \alpha$ 0,050. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ataupun H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan hal diatas, implikasi penting yang perlu ditekankan adalah pentingnya mempertahankan ataupun menciptakan harga dan gaya hidup terhadap minat beli masyarakat pada pasar tradisional Amahami. Kemudian terlepas dari temuan dan implikasi yang ada, penelitian ini tidak luput dari kekurangan seperti penelitian ini hanya dilakukan pada satu daerah yaitu di Kota Bima, sehingga kemampuan hasil generalisasinya relative masih lemah. Oleh Karena itu diharapkan untuk penelitian berikutnya perlu dilakukan di tempat lain untuk mendukung atau bahkan membantah hasil dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT. *Jurnal sains pemasaran indonesia*, IX(3), 335–369.
- Diyah, I. A., & Wijaya, T. (2017). Determinant Factors of Purchase Intention on Green Product. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 15(1), 54–62.
- Faradiba, & Astuti, S. R. T. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–11.
- Fitriadi, E., & Rini, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Showroom Perintis Motor. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(1), 56–70.
- FURE, H. (2013). LOKASI, KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL BERSEHATI CALACA. *Journal EMBA*, 1(3), 273–283.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Kamaluddin. dan Muhajirin. (2018). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA). *AKRAB JUARA*, 3, 113–122.
- Kamaluddin dan Muhajirin. (2018). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM BERBELANJA ONLINE (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA). *Jurnal AKRAB JUARA*, 3, 113–122.
- Putri, Y. A. (2019). Pengaruh bauran promosi dan gaya hidup terhadap minat beli pada kedai kopi serasi. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 137–144.
- Saadah, D. S., & Malia, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Sayuran di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Muka Cianjur). *Journal Agroscience*, 7(1), 178–193.
- Setiadi, N. (2013). Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen. *Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*, June.
- Sihombing, I. K., Dewi, I. S., & Madany, K. Al. (2019). Analisis Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional

Terhadap Persepsi Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Dan Kepuasan Konsumen Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi (BIS-A)*, 08(1), 12–25.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke). ALFABETA.

Utami, R. P., & Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Niagawan*, 6(2), 44–53.

NOMENKLATUR

N arti dari N adalah jumlah data

df arti dari variabel df adalah degree of freedom