

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PAKAIAN BEKAS
DI PASAR TUGU PAHLAWAN SURABAYA**

***ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING DEMAND FOR USED CLOTHING IN THE
TUGU PAHLAWAN SURABAYA MARKET***

Reza sapoetra¹, Joko priyono²

Progam Studi S1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

rezasaput840@gmail.com, jokopriyono@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine how the variables of income, price, product quality influence the demand for used clothing in the Tugu Pahlawan market in Surabaya. This study uses quantitative methods. The data collection method used in the study was found to be a sample of 100 respondent using a questionnaire that has been prepared previously. Data processing using multiple linear regression analysis. From the results of the study that the results of hypothesis testing using the F test simultaneously with the Fcount value of 17,611 greater than the F table of 2.70. and partial test that the income variable has an effect on demand with a sig value of $0.004 < 0.05$, the price variable has no partial effect on demand with a sig value, $0.088 > 0.05$, the product quality variable affects demand with a sig value, $0,000 < 0.05$.

Keywords: *Income, Price, Product Quality, And Demand*

PENDAHULUAN

Pasar adalah tempat yang menghasilkan banyak pekerjaan. Selain itu, mereka dapat mengubah pasar menjadi tempat kerja bagi kelas menengah ke bawah yang berpendidikan rendah. Sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan bagi masyarakat serta bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan. Pasar dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu pasar produksi dan pasar komoditas. Pasar produksi adalah jumlah penawaran dan permintaan

berbagai faktor produksi yang terjadi antara pedagang dan pemilik faktor produksi di suatu daerah atau wilayah. Ada banyak perbedaan antara pasar produsen dan pasar komoditas, salah satunya adalah pihak yang membuat penawaran, sedangkan di pasar produsen adalah rumah tangga konsumen. Perbedaan kedua, sisi permintaan pasar produksi adalah rumah produsen. Ketiga, harga faktor produksi bagi pemilik faktor produksi (rumah tangga konsumen) disebut sewa, upah, keuntungan dan bunga. Keempat,

pengeluaran keluarga produsen di pasar produksi disebut biaya. Akhirnya, barang yang dijual di pasar produksi adalah faktor produksi. (Wulandari, 2017).

Sedangkan pasar komoditi merupakan suatu bentuk interaksi dalam menentukan jumlah dan harga suatu barang, termasuk pembeli dan penjual. Pasar sebenarnya memiliki 3 fungsi yaitu fungsi distribusi (memperpendek jarak transaksi antara produsen dan konsumen), fungsi penetapan harga (kesepakatan harga antara penjual dan pembeli) dan fungsi promosi. Dalam bentuknya, pasar dibagi menjadi pasar konkret (pasar yang langsung terlihat) dan pasar abstrak (pasar yang transaksi dan posisinya tidak langsung terlihat).

Fenomena pakaian bekas impor sudah lama muncul di Indonesia. Tidak semua orang mampu membeli pakaian dari merek ternama dengan harga tinggi. Damsar (2015) menjelaskan hubungan antara fenomena pertumbuhan penjualan pakaian bekas dengan krisis yang muncul di Indonesia pada tahun 1997. Menurutnya, penjualan pakaian bekas mulai berkembang pesat 4 dimana masyarakat harus pandai mengelola keuangannya untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka. Selain itu adanya impor pakaian bekas disebabkan oleh ketersediaan pakaian dalam negeri yang tidak mampu memenuhi setiap kebutuhan masyarakatnya. Maka dari itu, solusi alternatif tersebut yaitu dengan mengkonsumsi pakaian bekas impor yang masih layak pakai. Namun impor pakaian bekas di Indonesia tidak diperbolehkan.

Larangan tersebut sudah dikeluarkan pemerintah sejak tahun 1982 melalui SK Mendagkop No. 28 tahun 1982 tentang Ketentuan Umum di Bidang Impor yang hingga saat ini belum dicabut dan

masih tetap berlaku. Pada tahun 2002, Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia (Menperindag), yakni Rini Soemarno mengeluarkan Menperindag Nomor 642/MPP/Kep/9/2002 tanggal 23 September 2002 tentang barang yang diatur tata niaga impornya. Dalam aturan tata niaga tersebut mengatur larangan impor atas produk gombal atau kain perca, karena sekarang ini kebutuhan kain perca tersebut sudah dapat dipenuhi dari produksi dalam negeri (Pitaloka dalam Tempo, 15/09/17). Hal ini juga diperkuat dengan adanya ketentuan dari Pasal 47 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (selanjutnya disebut Undang-Undang Perdagangan) yang menyatakan bahwa “Setiap importir wajib mengimpor Barang dalam keadaan baru.” Meskipun Undang-Undang di Indonesia sudah jelas melarang impor pakaian bekas, namun faktanya impor pakaian bekas tidak bisa dicegah bahkan dihilangkan, tidak terkecuali di kota Surabaya, salah satunya adalah Pasar Tugu Pahlawan Surabaya.

Pasar Tugu Pahlawan Surabaya merupakan suatu pasar tradisional yang menjual 5 berbagai macam kebutuhan sandang seperti jaket, celana, baju, sepatu, dan lain-lain. Masyarakat lebih mengenal pasar pakaian bekas karena produk secondnya, walaupun tidak semua yang dijual merupakan produk second. Pasar Tugu Pahlawan Surabaya tidak hanya menjadi incaran masyarakat Kota Surabaya namun masyarakat yang berasal dari luar Kota Surabaya pun ikut memburu pakaian bekas yang tersedia di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya, karena itu permintaan akan pakaian bekas dipasar ini terus ada. Selain itu, pakaian bekas pun menjadi salah satu target masyarakat untuk mendapat style yang berbeda dengan yang

lain, karena kebanyakan pakaian bekas mempunyai merek ternama di luar negeri dan model pakaian yang tidak pasaran. Di sisi lain pakaian bekas ini tidak terlalu mahal sehingga dapat menghemat pengeluaran dan rata-rata mempunyai kualitas yang dinilai bagus bahkan tidak jarang impor pakaian bekas adalah barang dengan kondisi yang masih baru.

Maraknya peredaran pakaian bekas dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat untuk dijadikan bisnis usaha yang ditandai dengan semakin banyaknya pedagang yang menjual pakaian bekas impor tersebut. Peluang bisnis pakaian bekas ibarat pintu yang terbuka lebar yang mengundang peminatnya untuk terjun dan meraup keuntungan yang besar. Oleh karena itu wajar jika bisnis ini sangat potensial untuk dijadikan suatu profesi. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya impor pakaian bekas dapat menciptakan lapangan usaha baru dan dapat mengurangi pengangguran.

Kota Surabaya menjadi salah satu kota besar di Indonesia yang penuh dengan pedagang kaki lima. Menurut Alisjahbana (2006), perkembangan pedagang kaki lima di Surabaya sangat pesat pasca krisis ekonomi dan menyebabkan ruang-ruang terbuka serta fasilitas publik seperti trotoar beralih fungsi menjadi lahan pedagang kaki lima. Ada juga yang secara perlahan-lahan menjadi pasar yang bersifat dadakan maupun permanen.

Pasar Tugu Pahlawan Surabaya merupakan hasil proses pembentukan pasar dari paguyuban pedagang kaki lima yang bersifat dadakan. Pasar Tugu Pahlawan Surabaya beroperasi pada pagi hari antara pukul 06.00 hingga pukul 10.00. Pedagang tugu pahlawan Surabaya ini berjualan di tempat yang terbuka. Pedagang pasar ini layaknya seperti

pedagang kaki lima pada umumnya yang berjualan di ruas-ruas Jalan Pahlawan dan sekitarnya. Pedagang pakaian jumlahnya hampir 80% di Pasar Tugu Pahlawan. Sehingga Pasar Tugu Pahlawan Surabaya terkenal dengan pasar pakaian oleh para pengunjungnya. Selain pedagang pakaian, ada pedagang yang berjualan makanan-minuman, perabotan rumah tangga, mainan anak-anak, asesoris, dan lain-lain. Pedagang-pedagang ini hanya sebagai pelengkap pedagang pakaian di Pasar tugu pahlawan, khususnya pada hari sabtu dan minggu.

Dari pengamatan awal peneliti, konsumen terbanyak pakaian bekas di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya adalah anak muda seperti mahasiswa dan pelajar selain itu juga ada orang tua. Hal ini terlihat dari pengunjung yang mayoritasnya adalah anak muda serta barang yang diperjualbelikan kebanyakan untuk kalangan muda. Baik dari pakaian atau barang lainnya, mahasiswa merupakan salah satu konsumen yang bagus bagi perkembangan dunia fashion. Oleh sebab itu mahasiswa didorong untuk terus mengkonsumsi agar dipandang fashionable. Itu terlihat dari jumlah pengunjung muda yang lebih ramai ke Pasar pakaian bekas tugu pahlawan surabaya. Karena adanya permintaan dari konsumen akan pakaian yang bermerk, berkualitas, harga yang murah serta pelayanan di pasar yang baik dan ramah impor pakaian bekas semakin berkembang. Dalam fenomena ini peneliti ingin mengetahui tentang pengaruh variabel yang mempengaruhi permintaan membeli pakaian bekas.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka penulis tertarik untuk membuat karya ilmiah yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul

“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pakaian Bekas Di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya”.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pendapatan, harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap permintaan Pakaian Bekas Di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya?
2. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap permintaan Pakaian Bekas Di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap permintaan Pakaian Bekas Di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap permintaan Pakaian Bekas Di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya?

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian pasar

Pengertian tentang pasar menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi, sarana interaksi sosial budaya masyarakat, dan pengembangan ekonomi masyarakat (Aliyah, 2017). Disisi lain pengertian pasar menurut Said Sa'ad Marthon bahwa pasar adalah sebuah mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa; baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga. Sedangkan syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara pihak penjual dan pembeli baik dalam satu tempat ataupun dalam tempat yang berbeda. Pasar juga merupakan elemen

ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia (Toni, 2013).

Pendapatan

Dalam Ilmu Ekonomi pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan harapan di akhir periode tetap memiliki kemakmuran yang sama pada awal periode. Menurut Astri Damayanti (2011) mendefinisikan pendapatan sebagai berikut: “Pendapatan adalah penerimaan seseorang dalam bentuk uang tunai atau bukan tunai yang diperoleh ketika terjadi transaksi antara pedagang dan pembeli dalam suatu kesepakatan bersama.” Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan konsumen adalah kesanggupan seseorang di dalam membeli pakaian sangat dipengaruhi pendapatan yang diperolehnya. Apabila pendapatan seseorang meningkat dan kondisi perekonomiannya tidak terjadi resesi dan inflasi, kecenderungan untuk membeli pakaian akan meningkat baik secara kualitas maupun kuantitas.

Harga

Pengertian harga menurut Kotler (2009) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk. Tjiptono (1996) juga menyatakan bahwa “harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran)”.

Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang)

yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya yang dikemukakan oleh Stanton dalam Angipora (1999). Dan menurut Carthy “harga (price) adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu”.

Tjiptono (1996) menyatakan bahwa “Dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono, (2000:4) Kualitas adalah ”suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk dan jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Sedangkan Menurut SNI 19-8402-1991, Kualitas adalah semua ciri dan karakteristik produk atau jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan, baik yang dinyatakan secara tegas maupun tersamar.

Menurut ASQC (American Society for Quality Control) (dalam Amirrudin, 2007) Kualitas ialah gambaran total sifat dari suatu produk atau jasa pelayanan yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memberikan kebutuhan kepuasan. Menurut Kotler dan Armstrong (2007,347), Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan Fungsi – fungsinya; kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Teori Permintaan

Permintaan adalah berbagai jenis dan jumlah barang dan jasa yang diminta pembeli pada berbagai kemungkinan harga dalam periode tertentu di pasar. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut.

Jika seseorang mengatakan permintaan, maka yang di maksud adalah permintaan yang disertai daya beli terhadap suatu benda. Permintaan ini biasa dinyatakan dengan suatu kurva permintaan. Kegunaan yang dimiliki oleh suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia mengakibatkan barang tersebut dikonsumsi. Konsumsi seseorang terhadap suatu barang dalam jangka waktu tertentu pada harga tertentu menunjukkan kuantitas (jumlah) barang yang diminta. Bila harga barang dihubungkan dengan dimensi waktu, maka harga dapat berubah-ubah sepanjang waktu. Perubahan tersebut dimungkinkan karena adanya perubahan dalam biaya produksi, persaingan, keadaan perekonomian dan pengaruh lainnya. Dengan demikian harga suatu barang dapat berbeda-beda pada jangka waktu tertentu. Kuantitas barang yang diminta pada berbagai tingkat harga pada jangka waktu tertentu disebut sebagai permintaan. Menurut Wijaya permintaan menunjukkan berbagai jumlah suatu produk yang para konsumen ingin dan mampu membeli pada berbagai tingkat harga yang mungkin selama suatu periode waktu tertentu. Sedangkan menurut Winardi permintaan merupakan jumlah barang yang sanggup dibeli oleh para pembeli pada saat tertentu dengan harga yang berlaku pada saat itu.

Definisi lain mengatakan permintaan dalam terminologi ekonomi adalah jumlah yang diinginkan dan dapat dibeli konsumen dari pasar pada berbagai tingkat harga (Yoeti, 2008).

Konsep Permintaan

Keinginan seseorang (konsumen) terhadap barang-barang tertentu yang diperlukan atau diinginkan. Namun dalam praktik, pengertian permintaan seperti ini menunjukkan adanya permintaan atas sejumlah barang dan jasa yang diikuti dengan kemampuan membeli (*purchasing power*). Karena bila keinginan (*wants*) diikuti dengan kekuatan untuk melakukan pembelian (*purchasing power*), maka keinginan (*wants*) akan berubah menjadi permintaan, jadi:

$$DEMAND = WANTS + PURCHASING POWER$$

Permintaan (demand) sebagai suatu konsep mengandung pengertian bahwa permintaan berlaku terhadap tiga variabel yang saling mempengaruhi, yaitu: kualitas produk barang atau jasa (product quality), harga (price), manfaat produk barang atau jasa tersebut (product benefit) yang sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kebutuhannya.

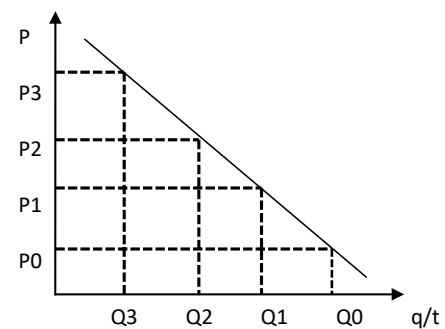
Terbentuk pada kenyataan-kenyataan yang ada dan akhirnya menimbulkan pertanyaan seputar perilaku konsumen akan munculnya 'ketidak logisan' konsumen dalam memenuhi kebutuhannya tersebut membuat para pakar ekonomi pariwisata melakukan studi yang mengupayakan munculnya keseimbangan antara permintaan dan penawaran terkait perilaku konsumen tersebut, atau dalam istilah ekonomi disebut pendekatan "*consumer market approach*" (Yoeti, 2008).

Hukum Permintaan

Hukum permintaan menjelaskan tentang keterkaitan antara permintaan suatu barang dengan harganya. Dalam hukum permintaan menyatakan, makin rendah harga suatu barang makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Hal ini dapat dilihat seperti

pada gambar berikut :

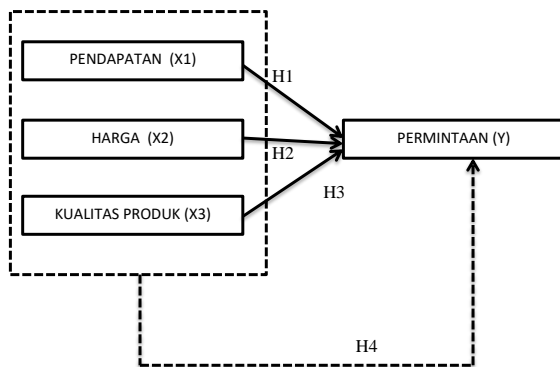
Sumber: (Suharno TS, 2006)



Gambar 2.1
Kurva permintaan

Sebagaimana dilihat pada gambar 2.1, pada harga P1 jumlah permintaan ke atas suatu barang sebanyak Q1. Apabila harga naik dari P1 ke P2 maka jumlah permintaan ke atas suatu barang berkurang sebesar $Q1 - Q2$. Demikian juga sebaliknya apabila harga turun dari P1 ke P0 maka jumlah permintaan ke atas suatu barang bertambah sebesar $Q1 - Q0$. Kemiringan kurva permintaan ini mengakibatkan terjadinya pergerakan kurva permintaan yaitu menurun dari kiri atas ke kanan bawah. Sumbu horizontal dengan tanda q/t (quantity per unit time) adalah sumbu kuantitas, sedangkan sumbu vertical adalah sumbu harga. Kurva permintaan merupakan tempat titik-titik yang masing-masing menggambarkan titik maksimum pembelian pada harga tertentu, dengan asumsi *ceteris paribus*.

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 2.2

kerangka konseptual

HIPOTESIS

Hipotesis di dalam penelitian ini yaitu:

H1: Variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap permintaan pakaian bekas di pasar tugu pahlawan Surabaya.

H2: Variabel harga berpengaruh positif terhadap permintaan pakaian bekas di pasar tugu pahlawan Surabaya.

H3: Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap permintaan pakaian bekas di pasar tugu pahlawan Surabaya.

H4: Variabel pendapatan, harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap permintaan pakaian bekas di pasar tugu pahlawan Surabaya.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain penelitian

Penelitian ini ialah penelitian lapangan yang tujuannya guna memperoleh berbagai data dan informasi dilakukan. Yang dimaksud dalam penelitian yaitu mencari data dan informasi di lapangan untuk mengetahui pendapatan pedagang pasar tugu pahlawan Surabaya. Menurut sifatnya, dalam penelitian ini adalah penelitian

kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterang mengenai apa yang ingin kita ketahui, Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan (Djollong, 2014).

Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya, Sementara waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2022.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Sumber data Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data yang pertama dari lokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer diperoleh dari data primer, yaitu sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.

Populasi Penelitian

Nanang Martono menyatakan, "populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat

tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang diteliti". (N.Martono 2011)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Pasar Pakaian Tugu Pahlawan Surabaya.

Sampel Penelitian

Setiap responden yang memiliki karakteristik tersebut akan dipilih menjadi sampel penelitian. secara teori semakin banyak jumlah sampel yang diambil, maka semakin kecil jumlah kemungkinan kesalahan penelitian, sehingga dalam penelitian ini digunakan 100 sampel responden.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu kuesioner, atau daftar pertanyaan yang merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menyusun pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya tertutup dan harus diisi oleh responden dan mengharuskan responden memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia.

Definisi Variabel Dan Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2014). Terdapat dua variabel penelitian, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat adalah variabel yang tergantung pada variabel lainnya, sedangkan variabel bebas adalah variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya.

a. Pendapatan (X1)

Pendapatan merupakan total uang yang diterima oleh seseorang dari pekerjaan atau usaha yang mereka lakukan dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan menunjukkan penghasilan yang diterima oleh seseorang selama jangka waktu tertentu (biasanya satu tahun). Penerimaan yang didapatkan oleh Pedagang adalah penerimaan total (*Total Revenue*, TR) yaitu hasil dari jumlah barang yang terjual pada tingkat harga tertentu atau dapat dirumuskan menjadi $TR = P \times Q$. (Mithaswari dan Wenagama, 2018).

b. Harga (X2)

Menurut Philip kotler harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli.

c. Kualitas produk (X3)

Menurut Tjiptono dan Fandy (2008). kualitas mencerminkan semua Dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya.

d. Permintaan (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah permintaan pakaian bekas (Y). permintaan adalah jumlah yang di inginkan dan dapat di beli konsumen dari pasar pada berbagai tingkat harga.

METODE ANALISA DATA

Uji validitas

Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Di dalam menentukan layak

dan tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05 yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah konsistensi dari teknik pengukuran. Karena reliabilitas adalah penting untuk berbagai metode pengukuran, maka investigasi terhadap reliabilitas instrumen harus dilakukan dalam mengukur suatu konstruk. Terdapat pendekatan yang digunakan oleh peneliti untuk menguji reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas bisa dilakukan dengan dua cara. Yaitu dengan "Normal P-P Plot" dan "Tabel Kolmogorov Smirnov". Sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

b. Uji multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independent*. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *ortogonal* (Ghozali, 2007:91).

Pengujian Hipotesis Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-

c. Heteroskeditas

Menurut Imam Ghazali (2011) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

TEKNIK PENGUJIAN HIPOTESIS

Analisis Regresi Linier Berganda

Adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3, \dots) dengan variabel *dependent* (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel *dependent* apabila nilai variabel *independent* mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Permintaan

X_1 = Pendapatan

X_2 = Harga

X_3 = kualitas produk

a = Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, X_3, X_4 = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

e = variabel pengganggu

sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan

tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%) ; 0,05 (5%) dan 0,10 (10%).

Pengujian Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing- masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh

yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien Determinasi (R²)

Pada kolom *Adjusted R²* dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Regresi linier berganda

Tabel 4.1

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.093	1.695		2.415	.018
Pendapatan	.284	.096	.258	2.945	.004
Harga	.157	.091	.157	1.723	.088
Kualitas produk	.381	.099	.371	3.839	.000

Sumber : Hasil Olah Data Spss (2022)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel 4.18 dapat diketahui persamaan model regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil penelitian ini, yaitu:

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

$$Y = 4.093 + 0.284X_1 + 0.157X_2 + 0.381X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Permintaan

X₁ = Pendapatan

X₂ = Harga

X₃ = kualitas produk

a = Konstanta (nilai Y apabila X₁, X₂, X₃, X₄ = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

e = variabel pengganggu

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 4.093 menyatakan apabila variabel Pendapatan, Harga, Dan

Kualitas Produk memiliki nilai sama dengan nol (0), maka variabel dependen permintaan sebesar 0,415.

2. Nilai koefisien regresi Pendapatan sebesar 0.284 dan bernilai positif yang berarti apabila variabel Pendapatan naik sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu Permintaan akan naik juga sebesar 0.284 begitupun sebaliknya.
3. Nilai koefisien regresi Harga sebesar 0.157 dan bernilai positif yang berarti apabila variabel Harga naik sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu Permintaan akan naik juga sebesar 0.157 begitupun sebaliknya.
4. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0.381 dan bernilai positif yang berarti apabila variabel Kualitas Produk naik sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu Permintaan akan naik juga sebesar 0.381 begitupun sebaliknya.

Uji t

Tabel 4.19
Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.093	1.695		2.415	.018
Pendapatan	.284	.096	.258	2.945	.004
Harga	.157	.091	.157	1.723	.088
Kualitas produk	.381	.099	.371	3.839	.000

Sumber : Hasil Olah Data Spss (2022)

Berdasarkan tabel 4.19 hasil uji t (parsial) dapat kita lihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai t hitung > t tabel dan nilai sig masing-masing variabel lebih besar dari > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel pendapatan memiliki nilai t hitung sebesar 2.945 lebih besar dibandingkan t tabel 1,985, dan sig, 0, 004 < 0,05 (sig sebesar 0, 004 lebih kecil

dibandingkan 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pendapatan berpengaruh terhadap permintaan sebesar 1,985.

2. Variabel Harga memiliki nilai t hitung sebesar 1.723 lebih kecil dibandingkan t tabel 1,985, dan sig, 0,088 > 0,05 (sig sebesar 0, 088 lebih besar dibandingkan 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap permintaan sebesar 1.723.
3. Variabel Kualitas Produk memiliki nilai t hitung sebesar 3.839 lebih besar dibandingkan t tabel 1,985, dan sig, 0, 000 < 0,05 (sig sebesar 0, 000 lebih kecil dibandingkan 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap permintaan sebesar 3.839.

Uji F

Tabel 4.20

Hasil uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130.904	3	43.635	17.611	.000 ^b
	Residual	237.856	96	2.478		
	Total	368.760	99			

a. Dependent Variable: PERM

b. Predictors: (Constant), KUAL_P, PEND, HARG

Sumber : Data Primer Diolah spss (2022)

Berdasarkan tabel 4.20 hasil uji F (simultan) diperoleh nilai F hitung sebesar 17.611 lebih besar dari F tabel 2.70 dan nilai probabilitas Sig.0.000 < α 0.05 (sig sebesar 0.000 lebih kecil dibandingkan α sebesar 0.05). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan, harga dan kualitas produk terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap permintaan pakaian bekas di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan penelitian tentang Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pakaian Bekas Di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya dapat disimpulkan sebagai berikut::

1. variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pakaian bekas di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya.
2. Variabel harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan pakaian bekas di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya.
3. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pakaian bekas di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya.
4. Berdasarkan uji secara simultan disimpulkan bahwa variabel pendapatan, harga dan kualitas produk terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap permintaan pakaian bekas di Pasar Tugu Pahlawan Surabaya.

SARAN

1. Disarankan untuk menambah variabel lain selain variabel yang sudah digunakan dalam penelitian ini, agar lebih melengkapi penelitian ini dan juga untuk mengetahui variabel-variabel lainnya yang dapat mempengaruhi permintaan.
2. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mengumpulkan responden yang lebih banyak agar hasilnya lebih optimal dan juga agar memperluas objek penelitiannya sehingga bisa memperoleh data atau hasil yang lebih lengkap.
3. Disarankan untuk penelitian selanjutnya, untuk mencari ruang lingkup populasi

yang berbeda dan lebih luas serta menggunakan sampel yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, O. (2008). *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Angkasa).
- Alisjahbana. (2006). *Marginalisasi Sektor Informal Perkotaan* :ITS press.
- Aliyah, istijabatul. (2017). *Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan* Istijabatul Aliyah. *Cakra Wisata*, 18(2), 16.
- Amirrudin. (n.d.). *Anemia Defisiensi Zat Besi pada Ibu Hamil di Indonesia*. UNHAS.
- Amstrong dan Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo.
- Andriyanto Purnomo Wijaya. (2009). Analisis Rasio Keuangan dalam Merencanakan Pertumbuhan Laba : Persepsktif Teori Signal. *Andriantopw @ Gmail.Com*.
- Angipora. (1999). *Dasar-Dasar Pemasaran*. PT grafindo persada.
- Angkasawati, & Devi Milasari. (2021). Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung. *Jurnal PUBLICIANA*, 14(1), 169–187. <https://doi.org/10.36563/p.v14i1.1296>
- Aryo Pratama. (2019). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Sepeda Motor Honda Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Ud. Saribudolocsk Motor). *Universitas Quality, July*, 1–44.
- Astri Damayanti. (2011). *Ayo Melipat Origami Binatang*. Cahaya Atma Pustaka.
- Damsar. (2015). *Pengantar Sosiologi Politik* (Prenadamed).
- Djollong, A. F. (2014). *Tehnik Pelaksanaan*

- Penelitian Kuantitatif. *Istiqra` : Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2(1), 86–100.
<http://jurnal.umpar.ac.id/index.php/istiqra/article/view/224>
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. . Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gisela, B. M. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Pakaian Di Pasar Inpres Kota Kupang*.
- Imam Ghazali. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Imam Ghazali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Iqbal, M. (2003). *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensial)* : P. B. Aksara.
- Jordan, A. D. (2020). *Mekanisme hubungan permintaan dalam mempengaruhi pasar*. 1–18.
- kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Erlangga).
- Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Prenhallin).
- Kurniawan, S. B. (2015). *Pengantar ekonomi mikro dan makro* (CV Andi Of).
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif* (PT Raya Gr).
- Mithaswari, I. A. D., & Wenagama, I. W. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Seni Guwang. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(2), 294–323.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/37535/23316>
- Notoatmodjo. (2012). *Metode Penelitian Kesehatan*. PT Rineka Cipta.
- Pada, P., Oleh, P. O., Fakultas, M., Dan, E., Hasanuddin, U., Ekonomi, D. I., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., & Hasanuddin, U. (2021). *Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pakaian pada pasar on-line oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas hasanuddin*.
- Rusham. (2016). ANALISIS DAMPAK PERTUMBUHAN PASAR MODEREN TERHADAP EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN BEKASI. *JURNAL ILMIAH EKONOMI MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN "OPTIMAL,"* 153–166.
- Said Sa'ad Marthon. (20017). *Ekonomi Islam : Di Tengah Krisis Ekonomi Global* (Ed. 1 Cet.). Zikrul Hakim.
- Saputra, W. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pakaian Bekas (Studi Pada Pedagang Pakaian Bekas Di Pasar Putih Bukittinggi). *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Sudarsono. (2007). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Ekonisia.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* :Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *memahami penelitian kualitatif* (Alfabeta).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* :Alfabeta .
- suharno TS. (2006). *Teori Mikroekonomi* .Andi .
- Sukirno. (2005). *Pengantar Mikro Ekonomi* (P. R. G. Persada).
- suyanto. (2013). *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan* :Andi.

- Tjiptono, Fandy, G. dan D. A. (2008). *Pemasaran Strategik*.
- Tjiptono. (2000). *Total Quality Management*. 4.
- Tjiptono, F. (1996). *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi.
- Toni, A. (2013). Eksistensi Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Pasar Modern Di Era Modernisasi. *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*.
- Waluyo. (2007). *mikro biologi umum* (U. PRESS (ed.)).
- Wiley, J. (2018). *Defina Nurzamzam, 2018 ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PRODUK PAKAIAN MELALUI E-COMMERCE Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu*. 2012, 2012–2015.
- Wulandari, C. M. (2017). Analisis Pendapatan Pedagang Pasar Baru Kencong Di Kabupaten Jember skripsi. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(2), 215–224. <http://eprints.umm.ac.id/37125/>