

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 I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Prenhalindo.
- Andriyanto Purnomo Wijaya. (2009). Analisis Rasio Keuangan dalam Merencanakan Pertumbuhan Laba : Perseptif 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.v14i1.296>
- Aryo Pratama. (2019). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Sepeda Motor Honda Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Ud. Saribudolocksk 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/>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PAKAIAN BEKAS DI PASAR TUGU PAHLAWAN SURABAYA

Assalamualaikum Wr. Wb.

Saya Reza sapoetra (123180089), mahasiswa dari jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sedang melakukan penelitian dengan menggunakan kuesioner/angket tentang “ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PAKAIAN BEKAS DI PASAR TUGU PAHLAWAN SURABAYA”. Mengingat pentingnya data untuk tercapainya penelitian ini, saya mengharapkan kepada responden untuk dapat mengisi kuesioner penelitian dengan menjawab pertanyaan/pernyataan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Jawaban yang responden berikan hanya digunakan untuk penelitian dan dijamin kerahasiaanya. Atas kesediaan waktu yang responden luangkan dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. perempuan
3. Usia
 - a. 15-30
 - b. 31-45
 - c. >45
4. Pekerjaan :
 - a. Pelajar/mahasiswa
 - b. Wiraswasta
 - c. swasta
 - d. PNS

Ketentuan Pengisian Angket

1. Angket ini merupakan angket penelitian murni dan tidak ada tendensi apapun kecuali hanya untuk kepentingan ilmiah semata.
2. Angket penelitian ini berbentuk angket pernyataan dengan pilihan “Sangat setuju (SS)”, “Setuju (S)”, “Netral (N)”, “Tidak Setuju (TS)”, “Sangat Tidak Setuju (STS)”.
3. Pengisian angket dilakukan dengan memberikan tanda centang (√)

- pada kolom pilihan jawaban pernyataan.
4. Identitas responden akan dijamin kerahasiaannya.
 5. Kejujuran dan keterbukaan responden sangat diharapkan untuk menjaga kualitas obyektifitas dan validitas hasil penelitian.

1. Variabel pendapatan (X1)

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli pakaian pakaian bekas dari pendapatan saya.					
2	Saya selalu memiliki daya beli untuk melakukan pembelian produk pakaian bekas					
3	Saya memilih pakaian bekas sesuai dengan pendapatan saya .					

2. Variabel Harga (X2)

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli pakaian pakaian bekas karena harganya terjangkau					
2	Pakaian bekas yang dijual harganya sesuai dengan kualitas produknya					
3	Harga pakaian yang di tentukan oleh pedagang berbeda dengan tempat lain walaupun merek dan produknya sama					
4	Harga yang ditentukan oleh pedagang masih bisa tawar-menawar					

3. Variabel kualitas produk (X3)

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk pakaian bekas di pasar tugu pahlawan masih layak di gunakan.					
2	Saya mengetahui kualitas mengenai pakaian bekas di pasar tugu pahlawan karena memiliki citra merek yang terkenal.					

3	Saya mengetahui pengetahuan tentang produk pakaian di pasar tugu pahlawan dapat memberikan Kemudahan dalam memperbaiki produk bila terdapat cacat atau kerusakan.					
4	Saya memiliki pengetahuan tentang produk pakaian di pasar tugu pahlawan karena selain harga yang relatif murah produknya pun berkualitas.					

4. Variabel permintaan

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih pakaian bekas karena sesuai dengan kebutuhan pribadi					
2	Saya memilih pakaian bekas agar dapat memenuhi gaya hidup yang saya miliki					
3	Saya memilih pakaian bekas karena beragam pilihan					
4	Memilih produk berdasarkan kepercayaan merek					

Lampiran 2. Rekap Tabulasi Jawaban Responden

No	karakteristik responden			PENDAPATAN			HARGA				KUALITAS PRODUK				PERMINTAAN			
	1	2	3	P1	P2	P3	H1	H2	H3	H4	KP1	KP2	KP3	KP4	PR1	PR2	PR3	PR4
1	1	1	1	1	2	2	2	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3
2	1	1	1	1	3	1	4	5	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4
3	1	1	1	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	1	4	3
4	1	2	1	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
6	1	2	1	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
7	2	1	1	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	2	4
8	2	1	1	3	3	4	5	3	4	4	4	5	3	3	4	2	3	3
9	2	1	1	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	2	3	3
10	1	1	1	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4

11	2	1	1	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	2	4	3
12	1	2	1	3	3	3	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
13	1	1	1	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	1	2	1	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
15	2	1	1	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
16	1	1	1	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3
17	2	1	1	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
18	1	1	1	5	5	4	3	4	5	2	4	4	1	3	4	4	4	4
19	1	1	1	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3
20	1	1	2	4	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	4
21	2	1	1	3	5	4	4	5	4	2	4	5	3	3	4	4	2	4
22	2	1	1	4	3	3	5	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	3
23	2	1	1	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
24	2	1	1	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
25	2	1	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4
26	2	1	1	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4
27	2	1	2	4	3	3	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	5
28	2	1	1	4	5	5	5	5	1	3	5	5	4	5	5	5	5	5
29	2	1	1	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5
30	1	1	2	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
31	1	1	1	4	2	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	5
32	2	1	1	4	3	4	4	5	5	5	5	3	3	4	3	5	5	5
33	1	1	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
34	1	1	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
35	1	1	1	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
36	2	1	2	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
37	1	1	1	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
38	2	1	2	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4
39	1	1	2	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4
40	1	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5
41	1	1	1	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
42	2	1	1	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
44	2	1	1	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	2	1	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
46	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5
47	1	1	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4
48	1	1	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
49	2	1	1	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
50	2	1	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3

51	1	1	1	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
52	2	2	2	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
53	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
54	2	1	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
55	1	1	1	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5
56	1	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4
57	2	1	1	4	4	4	5	3	4	5	3	3	4	4	3	4	3	4
58	1	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
59	2	1	1	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4
60	2	1	3	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5
61	1	1	1	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
62	2	1	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
63	2	1	1	4	3	3	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	3	5
64	2	2	1	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5
65	2	1	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4
66	1	3	1	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
67	1	1	1	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4
68	1	1	3	4	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5
69	2	1	1	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
70	1	2	1	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4
71	2	1	1	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
72	1	2	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
73	2	1	1	4	4	5	1	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4
74	1	2	1	5	4	5	5	2	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
75	2	1	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	3	4	5	5
76	1	2	1	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
77	1	1	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	4
78	2	1	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5
79	1	1	1	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3
80	2	1	1	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
81	1	2	4	5	4	4	5	4	2	3	5	4	4	4	3	4	4	5
82	1	1	4	4	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
83	1	1	1	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
84	2	1	1	4	3	3	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4
85	2	1	1	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4
86	2	1	1	4	4	4	4	3	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5
87	1	3	1	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5
88	1	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
89	1	1	1	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
90	1	1	1	4	4	5	5	4	5	2	5	4	4	4	5	4	4	4

91	2	1	1	5	4	5	4	3	4	2	4	4	4	3	3	5	4	5
92	2	1	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
93	1	1	1	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4
94	1	1	1	4	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
95	1	1	1	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
96	1	1	1	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
97	2	1	1	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
98	1	1	1	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
99	2	1	1	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5
100	2	1	1	4	4	3	3	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 3. Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel Pendapatan

		PEND_1	PEND_2	PEND_3	PEND_TOTAL
PEND_1	Pearson Correlation	1	.349**	.490**	.760**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
PEND_2	Pearson Correlation	.349**	1	.460**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
PEND_3	Pearson Correlation	.490**	.460**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
PEND_TOTAL	Pearson Correlation	.760**	.755**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

2. Uji Validitas Variabel Harga

		Correlations				
		H_1	H_2	H_3	H_4	H_TOTAL
H_1	Pearson Correlation	1	.035	-.056	.174	.441**
	Sig. (2-tailed)		.729	.578	.083	.000
	N	100	100	100	100	100
H_2	Pearson Correlation	.035	1	.236*	.269**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.729		.018	.007	.000
	N	100	100	100	100	100
H_3	Pearson Correlation	-.056	.236*	1	.299**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.578	.018		.003	.000
	N	100	100	100	100	100
H_4	Pearson Correlation	.174	.269**	.299**	1	.702**
	Sig. (2-tailed)	.083	.007	.003		.000
	N	100	100	100	100	100
H_TOTAL	Pearson Correlation	.441**	.638**	.647**	.702**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

3. Uji Validitas Variabel Kualitas Harga

		Correlations				
		KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_TOTAL
KP_1	Pearson Correlation	1	.218*	.307**	.220*	.628**
	Sig. (2-tailed)		.029	.002	.028	.000
	N	100	100	100	100	100
KP_2	Pearson Correlation	.218*	1	.352**	.412**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.029		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
KP_3	Pearson Correlation	.307**	.352**	1	.460**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
KP_4	Pearson Correlation	.220*	.412**	.460**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.028	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
KP_TOTAL	Pearson Correlation	.628**	.697**	.768**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

4. Uji Validitas Variabel Permintaan

		Correlations				
		PER_1	PER_2	PER_3	PER_4	PER_TOTAL
PER_1	Pearson Correlation	1	.356**	.192	.151	.576**
	Sig. (2-tailed)		.000	.055	.135	.000
	N	100	100	100	100	100
PER_2	Pearson Correlation	.356**	1	.461**	.545**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
PER_3	Pearson Correlation	.192	.461**	1	.366**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.055	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
PER_4	Pearson Correlation	.151	.545**	.366**	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.135	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
PER_TOTAL	Pearson Correlation	.576**	.849**	.705**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4. Uji Reliabilitas.

1. Variabel pendapatan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.696	.696	3

2. Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.634	.615	4

3. variabel kualitas produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.659	.662	4

Lampiran 5. Uji asumsi klasik

1. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55002669
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.050
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PENDAP	.874	1.144
	HARGA	.812	1.231
	KUAL_P	.721	1.387

a. Dependent Variable: PERMINTA

3. Uji Heterosdasitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.378	1.088		3.105	.003
	PENDP	.011	.062	.019	.178	.859
	HRGA	-.037	.058	-.069	-.627	.532
	KUAL_P	-.113	.064	-.207	-1.772	.080

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 6. Uji linier berganda

1. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.093	1.695		2.415	.018
	Pendapata n	.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)

2. 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

3. Uji determinasi

Model Summary


Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.355	.335	1.57406

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

Lampiran 7. Dokumentasi



Lampiran 8. Kartu bimbingan Skripsi


UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus II, Setiabudiwara 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, E-mail: info@untag-sby.ac.id

SEMESTER
 Ganjil / Genap
 2021 / 2022

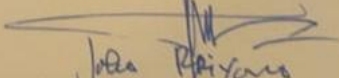
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa / NBI : Reza Saberra
 Nama Pembimbing : Joko Priyono, SE., MM
 Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN PAKAIAN BEKAS di PASAR TUGU PAHLAWAN SURABAYA

Mulai Program Skripsi : Semester Thn. Ak. Selesai Bimbingan Tanggal

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1	17/6 22		judul x masalah penelitian	✓
2	27/6 22	I	Perbaiki x. perbayaran teori x. data x. penelitian	✓
3	9/7 22	II	kerangka konseptual	✓
4	13/7 22	III	judul penelitian	✓
5	19/7 22	IV	kerangka konseptual x model regresi	✓
6	20/7 22	I, II, III	siap seminar proposal	✓
7	9/8 22	IV	revisi proposal / revisi HES	✓
8	11/8 22	V	seminar	✓
8	11/8 22	VI	revisi Bab IV revisi Bab V	✓

Perpanjangan I _____
 Semester _____
 Th. Ak _____
 Paraf Kajur _____

Surabaya, 11 Juli 2022

 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)

Lampiran 9. Surat Izin Penelitian



YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2)
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN EKONOMI (S3)

TERAKREDITASI
TERAKREDITASI
TERAKREDITASI
TERAKREDITASI

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

ORIGINALITY REPORT 43/K.F.F.B.IV/2022

Similarity Index	Internet Sources	Publications	Student Papers
20%	20%	0%	0%

Dengan hormat,
Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata I, maka mahasiswa diwajibkan untuk menyusun dan mempertahankan skripsi sebagai hasil penerapan pelajaran teori serta praktek yang diperoleh berdasarkan penelitian.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini kami mohon perkenan Bapak / Ibu untuk memberikan izin kepada mahasiswa :

PRIMARY SOURCES

1	blog.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	6%
2	repository.unair.ac.id Internet Source Nama : Reza Sapoctra N. P. M : 1231800089 Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Ekonomi Pembangunan Alamat : Jl. Manyar Sabrangan No. 122 Telp./Hp. 085608443149	4%
3	www.dictio.id Internet Source Guna melakukan penelitian pada : PASAR TP (TUGU PAHLAWAN) SURABAYA untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunnya dengan judul "ANALISIS PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TUGU PAHLAWAN SURABAYA BERKAITAN DENGAN PERSEPSI KONSUMEN"	3%
4	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source Demikian permohonan kami, atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.	3%
5	fe.unpas.ac.id Internet Source	3%



Surabaya, 13 April 2022
Dr. Shinta Rivadi, MSi., Ak. CA
NPP. 20220.93.0319

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Lampiran 10. Hasil Turnitin

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

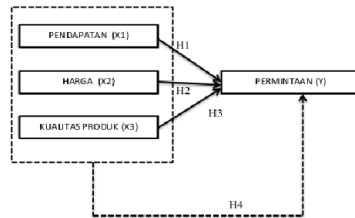
Dalam Ilmu Ekonomi pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan harapan di akhir periode tetap memiliki kemakmuran yang sama pada awal periode. Menurut Astri Damayanti (2011) mendefinisikan pendapatan sebagai berikut: “Pendapatan adalah penerimaan 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)

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 keterangan 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 diinginkan 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. Heteroskedastisitas

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:

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

$$Y = 4.093 + 0.284 + 0.157 + 0.381$$

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), KJAL, 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.
- Amirudin. (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 : Perseptkif 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.v14i1.296>
- 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 Program 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).
- Kumiawan, 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 EKISTENSI 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.

