

PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM MENYEWA KIOS DI PASAR YA'AHOWU KOTA GUNUNGSITOLI

By IWARMAN WARUWU

1
**PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM MENYEWA KIOS
DI PASAR YA'AHOWU KOTA GUNUNGSITOLI**

SKRIPSI



Oleh:
IWARMAN WARUWU
2320137

78
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NIAS
2024/2025**

Abstrak

Waruwu Iwarman¹, 2025 Pengaruh lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di pasar Ya'ahowu di bandar Gunungsitoli. Tesis Program Pengajian Pengurusan, tumpuan Pengurusan Pemasaran, Fakulti Ekonomi, Universiti Nias. Penyelia Otanius Laia,² SE, MM

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di pasar Ya'ahowu di bandar Gunungsitoli. Objektif utama kajian ini adalah untuk menentukan sama ada terdapat pengaruh promosi yang signifikan terhadap pembuatan keputusan, pengaruh harga terhadap pembuatan keputusan, dan pengaruh serentak lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan peniaga. Berdasarkan keputusan ujian pekali penentuan, nilai R Square 0.718 atau 71.8% menunjukkan pembolehubah Lokasi (X1) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pembuatan keputusan (Y). Di samping itu, nilai R Square Terlaras 0.674 menunjukkan bahawa pembolehubah Lokasi dan Harga (X2) bersama-sama mempengaruhi pembuatan keputusan sebanyak 67.4%. Keputusan ujian F dengan nilai keertian $32.000 < 0.05$ dan nilai F dikira $80.047 > 244$, menunjukkan bahawa H3 diterima, bermakna terdapat pengaruh yang signifikan antara pembolehubah lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan.

Kata kunci: Lokasi, Harga dan Membuat Keputusan

Abstrak

Waruwu Iwarman, 2025 ¹ *Pengaruh lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di pasar Ya'ahowu di kota Gunungsitoli. Tesis, Program Pengajian Pengurusan, tumpuan Pengurusan Pemasaran, Fakulti Ekonomi, Universiti Nias. Penyelia Otanius Laia, ² SE, MM*

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di pasar Ya'ahowu di bandar Gunungsitoli. ²⁷ Objektif utama kajian ini adalah untuk menentukan sama ada terdapat pengaruh promosi yang signifikan terhadap pembuatan keputusan, pengaruh harga terhadap pembuatan keputusan, dan pengaruh serentak lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan peniaga. Berdasarkan keputusan ujian pekali penentuan, nilai R Square 0.718 atau 71.8% menunjukkan pembolehubah Lokasi (X1) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pembuatan keputusan (Y). Di samping itu, nilai R Square Terlaras 0.674 menunjukkan bahawa pembolehubah Lokasi dan Harga (X2) bersama-sama ⁴⁷ mempengaruhi pembuatan keputusan sebanyak 67.4%. Keputusan ujian F dengan nilai keertian $0.000 < 0.05$ dan nilai F dikira $80.047 > 244$, menunjukkan bahawa H_3 ³² diterima, bermakna terdapat pengaruh signifikan pembolehubah lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan.

Kata kunci: Lokasi, Harga dan Membuat Keputusan

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta kasih sayang yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Tesis ini bertajuk " **PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP PEMBUATAN KEPUTUSAN PENIAGA DALAM MENYEWA KIOSK DI PASAR YAAHOWU DAERAH GUNUNGSITOLI BANDARAYA GUNUNGSITOLI** "

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis serta keterbatasan waktu yang digunakan dalam pengamatan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan Laporan Akhir ini.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Encik Eliyunus Waruwu, S.Pt., M.Si. sebagai Canselor Universiti Nias
2. Puan Maria Magdalena Bate'e, SE, MM. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universiti Nias
3. Encik Otanius Laia, SE, MM sebagai penyelia saya
4. Puan Idarni Harefa , SE, MM selaku Pemangku Ketua Program Pengajian Pengurusan
5. Pensyarah Fakultas Ekonomi Universiti Nias
6. Pihak lain atas bantuan dan sokongan yang telah diberikan.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian Laporan Akhir ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
8. Secara khususnya, penulis ingin merakamkan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada kedua orang tua tercinta iaitu Ayahanda dan Ibu yang sentiasa sabar menjaga dan mendidik dengan penuh kasih sayang

sejak kecil, mencurahkan harapan kepada beliau, serta sentiasa memberikan dorongan dan doa untuk langkah beliau dan dalam mencapai cita-cita beliau hingga berjaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ²⁴ ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang menambah ilmu sangat diharapkan oleh penulis. Akhir kata, semoga laporan akhir ini bermanfaat untuk kita semua. Amin.

Gunungsitoli, 11 Februari , 20 2 5

Penulis

IWARMAN WARUWU

NIM. 2320137

SENARAI JADUAL

Jadual 1.1 Jumlah Tarif Kiosk di Pasar Ya'ahowu	4
Jadual 3.2 Jadual Penyelidikan	36
Jadual 4.1. Identiti Responden Berdasarkan Umur	43 tahun
Jadual 4.2 Senarai Responden Berdasarkan Jantina	44
Jadual 4.3 Senarai Responden Berdasarkan Pendidikan	44
Jadual 4.4 Keputusan Soal Selidik Lokasi (Pembolehubah X_1)	44
Jadual. 4.5 Keputusan Soal Selidik Harga (Pembolehubah X_2)	46
Jadual. 4.6 Keputusan Soal Selidik Membuat Keputusan (Pembolehubah Y)	48
Jadual 4.7 Kesahan pembolehubah lokasi	50
Jadual 4.8 Kesahan Pembolehubah Harga	51
Jadual 4.9 Kesahan Pembolehubah Membuat Keputusan	52
Jadual 4.10 Ujian Kebolehppercayaan Pembolehubah	53
Jadual 4.11 Lokasi (Pembolehubah X_1) pada Pembuatan Keputusan (Pembolehubah Y).	54
Jadual 4.12 Harga (Pembolehubah X_2) membuat keputusan (Pembolehubah Y)	54
Jadual 4.13 Ujian Normaliti dengan Ujian Kolmogorov Smirnov	55
Jadual 4.13 Ujian Multikolineariti	56
Jadual 4.14 Ujian Linear Berbilang Smirnov	57
Jadual 4.15 Keputusan Ujian Penentuan	58
Jadual 4.16 Pembolehubah X_1 melawan pembolehubah Y	60
Jadual 4.17 Pembolehubah X_2 melawan pembolehubah Y	60
Jadual 4.18 Ujian-T	60

SENARAI RAJAH

Rajah 2.1 . Model lima peringkat proses pembelian	21
Rajah 2.2 . Kerangka Pemikiran	24
Rajah 4.1 . Struktur Pasaran Ya'ahowu	38
Rajah 4.2. Keputusan ujian heterokedastisitas	57

KATA PENGANTAR	i
SENARAI JADUAL	iii
SENARAI RAJAH	iv
ISI KANDUNGAN	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pengenalpastian Masalah	6
1.3 Definisi Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Objektif Kajian	6
1.6 Faedah Penyelidikan	7
BAB II TINJAUAN LITERATUR	
2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Definisi Lokasi	8
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi	9
2.1.3 Keperluan Lokasi	10
2.1.4 Penunjuk Lokasi	11
2.2 Harga.....	12
2.2.1 Definisi Harga	12
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga	13
2.2.3 Objektif Harga	15
2.2.4 Pengaruh dan Peranan Harga	15
2.2.5 Dari segi Harga	16
2.2.6 Penunjuk Harga	17
2.3	Membuat
Keputusan	18

2.3.1	Definisi membuat keputusan	18
50	2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembuatan Keputusan	19
2.3.3	Peringkat membuat keputusan	21
2.3.4	Penunjuk membuat keputusan	22
12	2.4 Penyelidikan Terdahulu	23
2.5	Kerangka Pemikiran	24
2.6	Hipotesis	25
BAB	III	KAEDAH
PENYELIDIKAN.....		26
3.1	Jenis Penyelidikan	26
3.2	Pembolehubah Penyelidikan	27
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.3.1	Penduduk	28
3.3.2	Sampel	28
3.4	Instrumen	Kajian
		29
3.5	Teknik Pengumpulan Data	30
3.6	Teknik Analisis Data	30
3.6.1	Pengesahan Data	31
86	3.6.2 Ujian Kesahan dan Kebolehpercayaan	31
3.6.3	Pekali Korelasi	32
3.6.4	Ujian Andaian Klasik	32
3.6.5	Regresi Linear Berganda	34
3.6.6	Pekali Penentu	34
3.6.7	Pengujian Hipotesis (Ujian-T)	34
3.6.8	Ujian F	35
3.6.9	Lokasi dan Jadual Penyelidikan	35
BAB IV PERBINCANGAN		36
4.1.1.	Sejarah Ringkas Pasar Yaahowu, Kota Gunungsitoli	37
4.1.2.	Struktur Organisasi	37
4.1.3.	Tugas struktur pasar Yaahowu, Kota Gunungsitoli	39
4.1.4.	Visi dan Misi	42

4.1.5. Ciri-ciri Responden	42
4.1.6. Penjadualan Data	44
4.2. Ujian Andaian Instrumen	50
4.2.1. Ujian Kesahan	50
4.2.2. Ujian Kebolehppercayaan	52
4.2.3. Ujian Kolerasi	53
4.2.4. Ujian Andaian Klasik	55
4.2.5. Ujian Linear Berbilang	57
4.2.6. Ujian Penentuan	58
4.2.7. Pengujian Hipotesis	59
4.2. Perbincangan Hasil Penyelidikan	61
4.3.1. Pengaruh Lokasi terhadap Pembuatan Keputusan	62
4.3.2. Pengaruh Harga Terhadap Pembuatan Keputusan	63
4.3.3. Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Pembuatan Keputusan	65
BAB V KESIMPULAN DAN CADANGAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Cadangan	68
BIBLIOGRAFI	69

PENGENALAN

1.1.LATAR BELAKANG

Pasaran adalah komponen penting dalam membantu orang ramai mendapatkan keperluan yang diperlukan. Kewujudan pasaran di tengah-tengah masyarakat telah menjadi wadah antara penjual dan pembeli dalam proses interaksi antara permintaan dan penawaran untuk menentukan harga barang atau perkhidmatan. Menurut Kotler dan Armstrong 1999, mendefinisikan pasaran ialah pembeli yang mempunyai keupayaan sebenar sesuatu objek atau perkhidmatan yang penjual akan tawarkan produk atau perkhidmatan sebagai pertukaran kepada penjual mendapat maklumat dan wang. Perkembangan pasaran di sesebuah wilayah boleh memberi impak kepada ekonomi khususnya dalam meningkatkan hasil APBD wilayah.

Keperluan perkhidmatan pengguna yang luas mempunyai implikasi yang sangat besar terhadap prospek pelaburan secara umum dan kelestarian perkhidmatan pengguna yang luas, dalam hal mahupun secara ini masyarakat umum, terutamanya dari segi kelestarian dinamik kehidupan ekonomi masyarakat yang lebih luas. Secara umumnya, pasar dikenali sebagai tempat perkhidmatan membeli-belah awam, baik dari segi falsafah ekonomi literal dalam bentuk fizikalnya. Keduanya mempunyai fungsi yang sama, yaitu sebagai tempat kegiatan ekonomi antara produsen atau pengedar, baik barang maupun jasa, dengan pengguna, baik dalam arti sempit per jenis produk atau jasa/jasa maupun masyarakat luas.

Kerajaan tempatan mahupun yang akan sebagai pengawal selia telah mula menambah baik perkhidmatan, baik dalam bentuk pembinaan bangunan bagi memudahkan orang ramai yang ingin membeli-belah menyewa kiosk untuk menjual. Beberapa pembolehubah yang perlu diambil kira sebagai rujukan polisi pusat pasaran lokasi, harga yang akan digunakan dalam yang akan dibangunkan berdasarkan menentukan harga kiosk dan juga kemudahan yang akan disediakan untuk menyokong keputusan pembelian atau penyewaan oleh masyarakat.

Menurut Mowen dan Moner dalam Bakti Setiawati (dipetik oleh Septhani, 2011) menyatakan harga merupakan atribut terpenting yang dinilai oleh pengguna supaya pengurus syarikat perlu benar-benar menyedari peranannya dalam menentukan sikap, situasi dan produk pengguna. Selepas mempertimbangkan lokasi dan harga, pengguna juga mempertimbangkan kualiti produk yang akan mereka tawarkan. Pengguna antara harga dan kualiti kiosk yang mereka terima. Menurut Widoyo (dipetik Septhani, 2011) bahawa faktor kualiti produk juga tidak kurang pentingnya kerana kualiti produk menjangkakan terdapat padanan juga menjadi faktor penentu tahap kepuasan yang diperolehi oleh pengguna setelah menilai dan menggunakan sesuatu produk.

Berdasarkan pemerhatian penyelidik di Pusat Pasar Yaahowu, pengurusan dan penyertaan modal sepenuhnya dari Kabupaten Nias, manakala lokasi pasar berada di kawasan pentadbiran Kota Gunungsitoli. Syarat pada Mei 2024, Pasar Yaahowu sendiri terdiri daripada 4 Blok iaitu Blok A, Blok B, dan Blok C yang setiap tingkatnya dipenuhi dengan peniaga yang menjual keperluan pakaian, makanan dan tempat tinggal. Kiosk yang disediakan oleh kerajaan daerah sendiri adalah sekitar 170 kiosk/gerai. Saiz yang disediakan oleh pengurus pasar itu sendiri ialah 4x4 meter, pada masa pemerhatian, kiosk didapati masih kosong di Blok C, di mana peniaga masih bersaing untuk menyewa kiosk di tingkat A dan Blok B yang berhampiran dengan perkarangan pemunggahan barang dan lebuhraya. Penentuan harga juga masih dianggap terlalu tinggi oleh salah seorang peniaga di mana harga dan kemudahan yang disediakan masih tidak mencukupi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diterangkan di atas, maka permasalahan yang ingin penulis bincangkan dalam usul ini ialah: “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Peniaga Dalam Penyewaan Kios di Pasar Ya’ahowu”.

1.2.PENGENALAN MASALAH

Berdasarkan penerangan di ¹ latar belakang, keputusan untuk menyewa kiosk dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk:

1. Lokasi yang telah ditentukan oleh pihak pengurusan adalah tepat kerana lokasinya betul-betul di tengah-tengah Bandar Gunungsitoli. Namun keputusan peniaga menyewa sering menghadapi cabaran dalam menentukan lokasi optimum kiosk bagi menyokong kejayaan perniagaan kerana ketersediaan kiosk yang ditawarkan .
2. Harga yang ditetapkan oleh kerajaan tempatan sering dipersoalkan oleh penyewa kerana dianggap terlalu tinggi.
3. Kemudahan kiosk yang disediakan oleh pengurus mestilah mengikut keperluan penyewa.

1.3.SKOP MASALAH

Pengkaji membataskan masalah yang ingin dikaji iaitu ¹ faktor lokasi dan faktor harga yang mempengaruhi peniaga menyewa kiosk di Pusat Pasar Ya'ahowu.

² 1.4. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang kajian di atas. Rumusan masalah kajian adalah seperti berikut:

1. Adakah terdapat pengaruh lokasi terhadap pengambilan keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di Pasar Yaahowu?
2. Adakah terdapat pengaruh harga ke atas membuat keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di Pasar Yaahowu?
3. Adakah terdapat pengaruh lokasi dan harga ke atas membuat keputusan menyewa kiosk ?

1.5.TUJUAN PENYELIDIKAN

Dalam kajian ini, terdapat objektif dan fokus utama. Objektif kajian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sama ada lokasi mempunyai pengaruh ke atas membuat keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di Pasar Yaahowu?
2. Untuk mengetahui sama ada terdapat sebarang pengaruh harga terhadap membuat keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di Pasar Yaahowu?
3. Untuk mengetahui sama ada terdapat sebarang pengaruh lokasi dan harga terhadap membuat keputusan menyewa kiosk ?

1.6.FAEDAH PENYELIDIKAN

Menurut Nazir , faedah penyelidikan adalah untuk mengkaji atau menyiasat keadaan sebab, untuk, dan akibat sesuatu Penyelidikan menyediakan maklumat dan pengetahuan yang diperlukan situasi. untuk meningkatkan pemahaman kita. untuk menyelesaikan masalah dan Kajian ini dijalankan membuat keputusan. Kelebihan penyelidikan ini adalah seperti berikut:

a. Untuk Penyelidik

Sebagai salah satu syarat untuk menamatkan pengajian di peringkat Sarjana Muda di Fakulti Ekonomi Universiti Nias.

b. Bagi Fakulti Ekonomi Universiti Nias

Sebagai bahan kajian dalam mengembangkan pengetahuan tentang ¹ pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan peniaga menyewa kiosk di pasar yaahowu.

c. Untuk Objek Kajian

Sebagai bahan input dan penilaian dalam meningkatkan penyewaan kiosk dan harga di pasar Yahowu di bandar Gunungsitoli.

d. Untuk Penyelidik Lanjutan

Sebagai rujukan kepada penyelidik lanjutan untuk menjalankan kajian lanjut mengenai pengaruh lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di pasar Ya'ahowu di bandar Gunungsitoli.

KAJIAN LITERATUR

2.1 Lokasi

2.1.1 Definisi Lokasi

Definisi lokasi ialah kedudukan, tempat atau penempatan sesuatu objek, keadaan di permukaan bumi. Lokasi adalah tempat yang biasa dikunjungi orang. Sumaatmadja (1988:118) menjelaskan objek di angkasa dapat menjelaskan dan memberikan kejelasan kepada objek atau fenomena geografi yang berkenaan dengan belah. Jadi dapat disimpulkan lebih lanjut. Lokasi berhubung dengan pemasaran adalah tempat yang istimewa dan unik di mana tanah itu boleh digunakan untuk membeli- bahawa lokasi yang dimaksudkan adalah lokasi atau tempat yang tetap di mana orang ramai boleh bahawa lokasi sesuatu melawat untuk membeli-belah, tempat tersebut adalah kawasan membeli-belah, pasar, tempat berdiri atau kaunter kulit kayu.

Berikut adalah beberapa definisi lokasi menurut pakar, antaranya:

- a. Menurut Alma (2003:103), lokasi ialah tempat manusia menjalankan aktiviti menghasilkan barangan dan perkhidmatan yang mengutamakan aspek ekonomi.
- b. Menurut Swastha (2000: 339), lokasi ialah lokasi kedai atau peruncit di kawasan yang strategik sehingga dapat memaksimumkan keuntungan.
- c. Menurut Manullag (1991: 41), lokasi ialah tempat di mana perniagaan itu didirikan.
- d. Menurut Kotler (1997: 207), lokasi merupakan tempat yang paling menguntungkan bagi sesebuah kedai yang dapat dilihat daripada rata-rata orang yang melalui kedai itu setiap hari. Peratusan orang yang singgah kemudian membeli dan nilai pembelian setiap jualan. Lokasi strategik mempengaruhi seseorang dalam untuk membuat pembelian kerana lokasinya yang strategik, terletak dalam aliran perniagaan, dan sebagainya. Keputusan mengenai lokasi, baik untuk syarikat pembuatan mewujudkan keinginan dan

syarikat perkhidmatan, keupayaan untuk mencari ¹ cara baru untuk melihat masalah dan peluang dan keupayaan untuk menggunakan penyelesaian kreatif untuk masalah dan peluang untuk memperbaiki atau memperkayakan kehidupan orang ramai boleh menentukan kejayaan syarikat. Pemilihan lokasi untuk syarikat barangan atau pembuatan perlu lebih dekat dengan bahan mentah atau buruh, manakala bagi syarikat perkhidmatan ia perlu lebih dekat dengan pelanggan. Menurut Zimmerrer, kejayaan perniagaan adalah hasil yang dicapai daripada kebolehan mengembangkan idea baharu daripada kebolehan mencari cara baharu untuk melihat masalah dan peluang serta kebolehan untuk menggunakan penyelesaian kreatif kepada masalah dan peluang untuk memperbaiki atau memperkayakan kehidupan orang ramai.

2.3. Membuat Keputusan

2.3.1. Definisi Membuat Keputusan

Pembuatan keputusan mempunyai makna yang penting bagi kemajuan atau kemerosotan sesebuah organisasi, terutamanya kerana masa depan sesebuah organisasi banyak ditentukan oleh dalam membuat keputusan pembuatan keputusan. Kepentingan membuat keputusan dilihat dari segi kuasa untuk membuat keputusan iaitu corak berpusat atau desentralisasi. Keputusan pengguna ialah pemilihan dua atau lebih pilihan alternatif, bermakna seseorang yang akan membuat keputusan mesti menyediakan pilihan alternatif sama ada mengikut lain (J. Griffin, 2003: 118). Pembuatan keputusan ²⁷ bukan sahaja dilihat dari segi kuasa tetapi juga dari segi tanpa teori pembuatan keputusan pentadbiran, kita tidak dapat memahami sama ada untuk meramal tindakan kehadirannya, iaitu pengurusan sehingga kita tidak dapat meningkatkan keberkesanan pengurusan.

Langkah terakhir proses ialah sistem penilaian untuk menentukan keberkesanan keputusan yang telah diambil. Keputusan pembelian boleh dibahagikan kepada lima bahagian:

- a. Inisiator, orang yang mula-mula mencadangkan idea untuk membeli produk atau perkhidmatan.
- b. Pengaruh, seseorang yang pandangannya boleh mempengaruhi keputusan orang lain.

- c. Pembuat keputusan, seseorang yang membuat keputusan untuk setiap keputusan pembelian, sama ada membeli atau tidak membeli, cara membeli, dan tempat membeli.
- d. Pembeli, seseorang yang membuat pembelian sebenar.
- e. Pengguna, seseorang yang menggunakan atau menggunakan produk atau perkhidmatan.

2.4. Penyelidikan Terdahulu

Kajian terdahulu yang mempunyai persamaan dengan tesis ini adalah seperti berikut:

1. Asep Sukmo Raharjo (2009) tajuk kajian: Pengaruh Kemudahan, Perkhidmatan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna dalam Menggunakan Perkhidmatan Internet di Daerah Gajah Mungkur, Semarang. Kajian ini menunjukkan pembolehubah Fasiliti (X1), Pembolehubah Perkhidmatan (X2) dan Pembolehubah Lokasi (X3) memberi kesan positif terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan perkhidmatan internet di Daerah Gajah Mungkur, Semarang. Pendekatan kajian yang digunakan ialah kaedah kajian kuantitatif. Kaedah penyelidikan kuantitatif ialah kaedah untuk menguji teori tertentu dengan mengkaji hubungan antara pembolehubah.
2. Syamsul Arifin (2013): Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kemudahan dan Perkhidmatan Terhadap Keputusan Membeli Besi dan Keluli di UD. Rizal Jaya Surabaya. Dalam kajian ini, pembolehubah produk, harga, lokasi, promosi, kemudahan dan perkhidmatan memberi kesan positif terhadap keputusan membeli besi. Pendekatan kajian yang digunakan ialah kaedah kajian kuantitatif. Kaedah penyelidikan kuantitatif adalah kaedah untuk menguji teori tertentu dengan mengkaji hubungan antara pembolehubah.
3. Siti Zuliani (2015) Tajuk kajian: Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Membeli-belah di Pasar Mini SARINAH Swalayan Ngalian Semarang.: Terdapat pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan membeli-belah di pasar mini SARINAH Swalayan Ngaliyan Semarang iaitu keputusan membeli-belah lebih dipengaruhi oleh harga.

4. Firman Berutu (2017) Tajuk kajian: ⁵⁸ Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap ⁷⁴ Keputusan Peniaga Menyewa Kiosk (Kajian Kes Syarikat Wilayah Pusat Pasar Sidikalang). ⁷³ Kaedah yang digunakan dalam kajian ini ialah kaedah deskriptif iaitu kaedah penyelesaian masalah dengan menghuraikan, mentafsir dan menganalisis data sehingga dapat mencari tujuan perbincangan dengan berkesan. Juga menggunakan analisis kuantitatif iaitu menggunakan ujian kesahan, ujian kebolehppercayaan, ujian normaliti, ujian heteroskedastisitas.

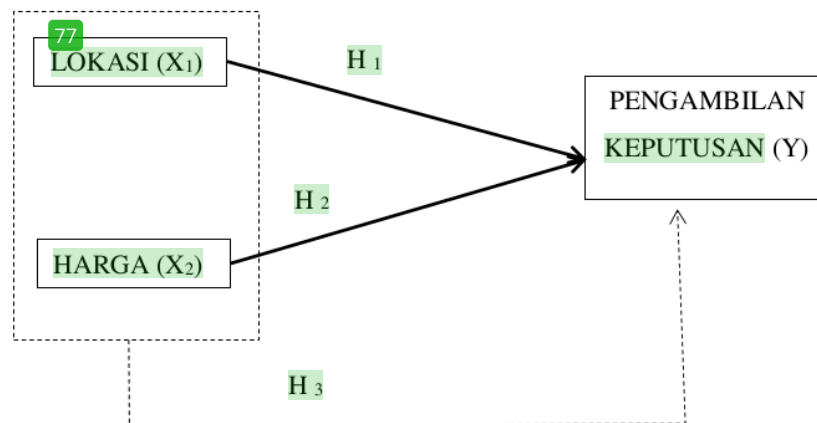
Pendekatan kajian yang digunakan ialah kaedah kajian kuantitatif. Kaedah kajian kuantitatif ialah kaedah ⁷³ untuk menguji teori-teori tertentu dengan ⁷⁷ meneliti hubungan antara pembolehubah.

Perbezaan antara tesis ini dengan tesis yang telah dijelaskan di atas antara lain lokasi kajian yang berbeza dan juga bilangan pembolehubah yang akan dikaji. Kemudian pendekatan kajian yang digunakan ialah kaedah kuantitatif.

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran

Rajah 2.2



Maklumat :

→ : Pengaruh setiap pembolehubah

--> : Pengaruh pembolehubah secara serentak

H₁ : Kesan (X₁) ke atas Y

H₂ : Kesan (X₂) ke atas Y

H₃ : Kesan (X₁, X₂) ke atas Y

2.6 Hipotesis

Hipotesis ialah rumusan sementara sesuatu yang dibuat untuk menjelaskannya dan juga membimbing/mengarahkan penyiasatan lanjut. Berdasarkan ulasan di atas, hipotesis yang akan diuji dalam penyelidikan ialah:

1. H01 : Lokasi tidak mempengaruhi pengambilan keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di Pasar Yahowu, Bandaraya Gunungsitoli.
2. HA1 : Lokasi mempengaruhi pengambilan keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di Yahoowu, Bandar Gunungsitoli.
3. H02 : Harga tidak mempengaruhi keputusan peniaga untuk menyewa kiosk.
4. HA2 : Harga mempengaruhi keputusan peniaga untuk menyewa kiosk
5. H03 : Lokasi dan harga mempengaruhi keputusan peniaga untuk menyewa kiosk.
6. HA3 : Lokasi dan harga tidak mempengaruhi keputusan peniaga untuk menyewa kiosk.

BAB III

KAEDAH PENYELIDIKAN

1.1. Jenis-jenis penyelidikan

Metodologi, dan kualiti penyelidikan bergantung kepada metodologi penyelidikan yang digunakan. Metodologi penyelidikan seperti yang kita ketahui hari ini menyediakan garis panduan yang tepat penyelidikan amat diperlukan dan mengemukakan keperluan asas, yang bertujuan untuk memastikan bahawa pengetahuan yang dicapai daripada sesuatu penyelidikan boleh mempunyai nilai saintifik yang paling tinggi.

Secara umumnya terdapat tiga kajian yang digunakan dalam penyelidikan saintifik, menurut Strijker (2020), iaitu seperti berikut:

1. Penyelidikan kuantitatif

Penyelidikan ini merupakan satu jenis penyelidikan yang menggunakan data berangka atau nombor sebagai asas untuk menjalankan analisis. Tujuan utama penyelidikan kuantitatif adalah untuk mengenal pasti hubungan sebab-akibat, menguji teori, dan membuat ramalan.

2. Penyelidikan kualitatif

Penyelidikan jenis ini adalah penyelidikan yang memfokuskan kepada pemahaman fenomena sosial dan manusia yang sebenar. Kajian kualitatif ini mengumpul data dalam bentuk perkataan, teks, seperti temu bual.

3. Penyelidikan gabungan (gabungan penyelidikan kuantitatif dan kualitatif), supaya ia mengandungi hasil yang lengkap, berguna, seimbang dan bermaklumat.

Dalam kajian ini penulis akan menggunakan jenis kajian kuantitatif, pengkaji menggunakan jenis kajian kuantitatif kerana pengkaji ingin mendapatkan data yang diukur dan dianalisis secara statistik berkaitan Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap keputusan penyewa kiosk di pasaran yaahowu., penyelidik boleh mengumpul data yang boleh diukur dengan lebih mudah dan kemudian menjalankan analisis statistik untuk membuat kesimpulan yang kukuh dengan pendekatan kuantitatif.

1.2. Pembolehubah Penyelidikan

Menurut Ali (2015) pembolehubah kajian ialah komponen yang telah ditentukan oleh penyelidik untuk dikaji bagi mendapatkan jawapan yang telah dirumuskan dalam bentuk kesimpulan. Pembolehubah adalah komponen utama dalam penyelidikan. Oleh itu, penyelidikan tidak akan berjalan tanpa pembolehubah kajian. Dalam kajian ini, pengkaji mengambil tajuk "Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Peniaga Dalam Menyewa Kios di Pasar Yahowu. Jadi terdapat pembolehubah yang mempengaruhi dan terdapat pembolehubah yang dipengaruhi. Bagi memudahkan pemahaman tentang status pembolehubah yang dikaji, pengenalan pembolehubah dalam kajian ini adalah seperti berikut:

1.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Penduduk

Populasi bermaksud himpunan objek yang dikaji. Populasi juga merupakan himpunan semua elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang boleh digunakan untuk membuat kesimpulan di mana himpunan unsur menunjukkan bilangan, manakala ciri-ciri tertentu menunjukkan ciri-ciri koleksi tersebut. Populasi ialah satu set semua ciri objek yang dikaji. Populasi dalam kajian ini adalah kesemua penyewa kiosk di Pasar Ya'ahowu. Berdasarkan data yang diperoleh daripada pengurus pasaran, terdapat 170 penyewa kiosk di pasaran. Populasi ini merangkumi pelbagai jenis kiosk dan peniaga yang menjalankan pelbagai jenis perniagaan, daripada makanan, pakaian, hingga barangan rumah. Daripada populasi sedia ada, beberapa data akan diambil dan akan digunakan sebagai sampel.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah sebahagian daripada bilangan dan ciri yang dimiliki oleh populasi. Teknik persampelan dilakukan dengan menggunakan kaedah "simple random sampling". Ini bermakna teknik persampelan adalah dengan

pertimbangan tertentu atau khusus iaitu dengan kriteria peniaga yang ingin menyewa kios di pasar Ya'ahowu.

Menurut Suprantto, data yang dikumpul secara rawak atau dengan kata lain dipanggil sampling. Persampelan menggunakan teori Slovin iaitu dengan formula dan tahap toleransi ralat ialah 10%.

$$\frac{n}{N = 1 + n \times e^2})$$

Maklumat:

N= Bilangan Sampel

N= Saiz Penduduk

E= Had Toleransi Ralat

Dengan menggunakan teori Slovin, sampel adalah seperti berikut:

$$\frac{170}{(1 + (170 \times 0,1^2))} = \frac{170}{170}$$

$$\frac{170}{(1 + (1 + 170 \times 0,01^2))}$$

$$\frac{170}{(1+1,7)}$$

$$\frac{170}{(2,7)} = 62.6$$

N= 63 Responden

Jadi dalam kajian ini sampel yang diambil adalah seramai 63 orang pengguna. Sampel yang boleh diambil adalah sebahagian daripada populasi iaitu pengguna atau peniaga yang akan menyewa kios di Pasar Yaahowu.

1.4. Instrumen Kajian

Pada dasarnya menjalankan kajian adalah membuat pengukuran, maka perlu ada alat pengukur yang baik. Alat pengukur dalam penyelidikan boleh dipanggil instrumen kajian. Menurut Sugiyono (2019:199) "Instrumen kajian ialah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang diperhatikan".

Dalam kajian ini, pengkaji menggunakan instrumen kajian iaitu soal selidik. Menurut Sugiyono (2019:199) "soal selidik adalah teknik pengumpulan

data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab".

Alternatif yang disediakan oleh skala Likert menurut Sugiyono (2019:147) adalah seperti berikut:

Tidak	Jawapan Alternatif	12 skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak setuju (TS)	2
4	Sangat Setuju (STS)	1

Jadi, dengan skala Likert ini, pengkaji ingin mengetahui pengaruh Lokasi (X1) dan Harga (X

1.5. Teknik pengumpulan data

Menurut Sugiyono (2019:296) "teknik pengumpulan data merupakan langkah terpenting dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah untuk mendapatkan data". Pengumpulan data terdiri daripada:

a. Temuduga

Ini merupakan kaedah pengumpulan data yang dijalankan dengan mengadakan sesi soal jawab secara langsung dengan responden berdasarkan objektif kajian.

b. Pengedaran Soal Selidik

Soal selidik ialah teknik pengumpulan data yang dijalankan dengan mengemukakan soalan bertulis untuk dijawab secara bertulis oleh responden. Data yang dikumpul boleh berbentuk pendapat atau pengalaman responden berkaitan tajuk kajian.

c. Pengeluaran Soal Selidik

Pengeluaran soal selidik ialah proses mendapatkan semula atau mengumpul borang soal selidik yang telah diedarkan kepada responden.

1.6. Teknik Analisis Data

Setelah data yang diperlukan penulis terkumpul, langkah seterusnya adalah menganalisis data. Analisis data yang penulis gunakan dalam kajian ini menggunakan analisis kuantitatif menggunakan statistik. Statistik inferensi,

(sering juga dipanggil statistik induktif atau statistik kebarangkalian) ialah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya digunakan pada populasi. Statistik inferensi terdapat statistik parametrik dan bukan parametrik. Penyelidik menggunakan statistik parametrik kerana jenis data yang dianalisis adalah pada skala selang. Statistik parametrik memerlukan banyak andaian untuk dipenuhi. Andaian utama ialah data yang akan dianalisis mestilah diedarkan secara normal. Dalam regresi, andaian lineariti mesti dipenuhi. Supaya data yang diperoleh daripada hasil kajian diuji kenormalan dan kelinearan sebelum digunakan untuk menguji hipotesis.

Dalam kajian kuantitatif, analisis data ialah satu aktiviti selepas data daripada semua responden atau sumber data lain dikumpul. Aktiviti dalam analisis data ialah mengelompokkan data berdasarkan pembolehubah daripada semua responden, menjadualkan data berdasarkan pembolehubah daripada semua responden, mempersembahkan data bagi setiap pembolehubah yang dikaji, melakukan pengiraan untuk menguji hipotesis yang telah dicadangkan (Sugiyono, 2019:206).

Seterusnya, untuk membuktikan pengaruh kedua-dua pembolehubah tersebut, pengkaji menggunakan analisis data berikut:

3.6.1. Pengesahan data

Pengesahan data adalah satu proses untuk memastikan atau menyemak bahawa borang soal selidik yang telah diedarkan dan telah diisi dengan betul mengikut arahan serta mengelakkan perkara yang tidak diinginkan yang boleh menghalang pemprosesan soal selidik dan memenuhi keperluan pemprosesan.

3.6.2. Ujian Kesahan dan Kebolehpercayaan

1. Ujian Kesahan

Menurut Duwi, ujian kesahan item digunakan untuk mengukur ketepatan sesuatu item dalam soal selidik atau skala, sama ada item dalam soal selidik itu tepat dalam mengukur apa yang hendak diukur, atau boleh dinilai secara langsung menggunakan kaedah korelasi orang atau kaedah korelasi item-jumlah yang dibetulkan. Kaedah ujian kesahan ini adalah dengan mengaitkan setiap skor item dengan jumlah skor item. Jumlah

markah item ialah jumlah semua item. Ujian kesahan instrumen dijalankan menggunakan SPSS

Statistik dengan kriteria berikut:

Jika r kiraan $> r$ jadual, maka soalan itu diisytiharkan sah.

Jika r kiraan $< r$ jadual, maka soalan diisytiharkan tidak sah.

2. Ujian Kebolehpercayaan

Menurut Dwi, kebolehpercayaan ialah tahap kebolehpercayaan sesuatu instrumen kajian. Ujian kebolehpercayaan digunakan untuk menentukan ketekalan alat pengukur, sama ada alat pengukur yang digunakan boleh dipercayai dan kekal konsisten jika pengukuran diulang. Ujian ini dijalankan menggunakan SPSS Statistics. Item soalan yang telah dinyatakan sah dalam ujian kesahan akan ditentukan kebolehpercayaan dengan kriteria berikut:

Jika r alpha $> r$ jadual, maka soalan itu boleh dipercayai

Jika r alpha $< r$ jadual, maka soalan itu tidak boleh dipercayai.

3.6.3. Pekali Korelasi

Menurut Sukardi (2018), "pekali korelasi ialah kajian yang menunjukkan hubungan linear antara dua pembolehubah. Pekali korelasi boleh digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua pembolehubah". Kajian ini menggunakan korelasi separa yang melibatkan dua pembolehubah, di mana satu pembolehubah dianggap berpengaruh dan dikawal atau dijadikan tetap sebagai pembolehubah kawalan.

Analisis pekali korelasi digunakan untuk menentukan arah dan kekuatan hubungan antara dua atau lebih pembolehubah. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, manakala kekuatan atau kelemahan hubungan dinyatakan dalam magnitud pekali korelasi. (Sugiyono, 2018). Untuk mentafsir magnitud pekali korelasi, pemberat berikut dijalankan:

0.600 – 0.800: Sangat tinggi

0.400 – 0.600: Tinggi

0.200 – 0.400: Rendah

0.00 – 0.200 : Sangat rendah

3.6.4. Ujian Andaian Klasik

Ujian andaian klasik merupakan keperluan statistik yang mesti dijalankan ke atas analisis data yang telah dikumpul. Sebelum menjalankan ujian analisis regresi linear terhadap hipotesis kajian, terlebih dahulu perlu menjalankan ujian andaian klasik yang akan diproses terdiri daripada 4 bahagian iaitu

1. Ujian andaian normaliti

Menurut Ghozali (2018) "ujian normaliti bertujuan untuk menentukan sama ada pembolehubah atau sisa yang mengganggu taburan normal". Dapat dilihat bahawa ujian-t mengandaikan bahawa nilai baki mengikut taburan normal, jika andaian ini terlepas, model regresi dianggap tidak sah dengan bilangan sampel yang tersedia. Ujian normaliti boleh dikesan melalui dua cara analisis iaitu:

a. Analisis carta

Analisis ini menggunakan kaedah grafik, iaitu dengan melihat taburan data pada paksi pepenjuru bagi *p-plot normal regresi* baki piawai. Asas untuk membuat keputusan jika titik-titik tersebar di sekeliling garis pepenjuru dan mengikut arah garis pepenjuru, maka nilai baki diedarkan secara normal.

b. Analisis statistik

Analisis ini menggunakan kaedah ujian taburan data sampel Kolmogorov-Smirnov, menentukan sama ada taburan normal. Untuk menentukan sama ada data digunakan untuk berdistribusi normal atau tidak iaitu dengan nilai signifikan > 0.05 , maka data tersebut boleh dikatakan berdistribusi normal.

2. Ujian multikolineariti

Menurut Ghozali (2018), "ujian baik tidak seharusnya multikolineariti bertujuan untuk menguji sama ada model regresi menemui korelasi antara pembolehubah bebas. Model regresi yang mempunyai korelasi antara pembolehubah bebas."

3. Ujian Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) "heteroskedastisitas berlaku Ujian Heteroskedastisitas daripada bertujuan untuk menguji sama ada terdapat ketaksamaan *varians* daripada baki satu pemerhatian ke pemerhatian yang lain". Model regresi yang baik, iaitu tiada. Asas analisis adalah seperti berikut:

- a. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola teratur tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tiada corak yang jelas, dan titik-titik itu tersebar di atas dan di bawah nombor 0 pada paksi Y, maka tidak ada heteroskedastisitas.

3.6.5. Regresi Linear Berbilang

Regresi linear berganda ialah model regresi yang melibatkan lebih daripada satu pemboleh ubah bebas. Analisis regresi linear berganda dijalankan untuk menentukan arah dan sejauh mana pengaruh pemboleh ubah bebas terhadap pemboleh ubah bersandar (Ghozali, 2018). Regresi linear adalah kaedah yang digunakan untuk menyatakan pola hubungan antara pemboleh ubah bergerak balas dan pemboleh ubah peramal. Jika pemboleh ubah peramal adalah lebih daripada satu, analisis regresi linear berbilang digunakan.

Pemerhatian sebanyak n dengan pemboleh ubah peramal (x) sebanyak p , maka model regresi ditulis sebagai berikut: dengan

= nilai pemerhatian pemboleh ubah bergerak balas i

= nilai pemerhatian pemboleh ubah peramal k th dalam pemerhatian ke- i

= nilai pintasan model regresi

= pekali regresi pemboleh ubah peramal k th

= ralat dalam pemerhatian ke- i .

Dalam pemodelan regresi, terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi iaitu dengan memenuhi ujian multikolinearitas dan ujian andaian baki iaitu ujian normaliti, ujian homoskedastisitas, dan ujian autokorelasi.

3.6.6. Pekali Penentu

Menurut Ghozali (2018:97), pekali analisis penentuan pada dasarnya adalah untuk mengukur sejauh mana keupayaan model untuk menerangkan variasi pembolehubah bersandar. Koefisien penentuan digunakan untuk menentukan sumbangan pembolehubah X kepada pembolehubah Y, juga dipanggil pekali penentuan yang dilambangkan dengan KD. Jadi dalam kajian ini, pekali penentuan digunakan untuk mengukur berat pembolehubah X melawan Y.

3.6.7. Ujian Hipotesis (ujian-t)

Menurut Ghozali (2018) "Pengujian hipotesis ialah prosedur membuat keputusan tentang hipotesis penyelidikan menggunakan data yang diperoleh daripada sampel". Ujian-t digunakan untuk menguji kesan setiap pembolehubah bebas secara separa terhadap pembolehubah bersandar.

Dengan $dk = n - 2$, $\alpha = 0.05$

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ kemudian H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ kemudian H_a ditolak dan H_0 diterima.

3.6.8. Ujian F

Terdapat 2 kaedah yang digunakan sebagai rujukan atau garis panduan dalam menjalankan ujian hipotesis dalam ujian F iaitu:

1. Berdasarkan nilai yang signifikan
 - a. Jika nilai $sig < 0.05$, maka hipotesis diterima. Ini bermakna lokasi (x1) dan harga (x2) secara serentak mempengaruhi keputusan penyewa (y).
 - b. Jika nilai $sig > 0.05$, maka hipotesis ditolak. Ini bermakna lokasi (x1) dan harga (x2) secara serentak tidak mempengaruhi keputusan penyewa (y).
2. Berdasarkan perbandingan nilai F yang dikira dengan jadual F
 - a. Jika $F_{kira} > F_{jadual}$, maka hipotesis diterima. Ini bermakna lokasi (x1) dan harga (x2) secara serentak mempengaruhi keputusan penyewa (y).

- b. Jika $F_{\text{kira}} < F_{\text{jadual}}$, maka hipotesis ditolak. Ini bermakna lokasi (x1) dan harga (x2) secara serentak tidak mempengaruhi keputusan penyewa (y).

3.6.9. Lokasi dan Jadual Penyelidikan

1. Lokasi

Lokasi kajian digunakan untuk mengkaji ¹ pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan peniaga menyewa kiosk di Pasar Ya'ahowu, Daerah Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli.

2. Jadual Penyelidikan

Untuk menjalankan kajian ini, pengkaji telah membuat Garis Masa seperti berikut:

Jadual 3.2
Butiran Masa Penyelidikan

Jadual waktu																						
Aktiviti	Ag			Nov			Dis			Jan			Jan			Feb			Feb			
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6	3	4	5	1	2	3	
Penyerahan tajuk cadangan tesis																						
Perundingan dengan penyelia																						
Pendaftaran seminar cadangan tesis																						
Persediaan Seminar																						
Seminar cadangan tesis																						
Penyediaan Penyelidikan																						
Pengumpulan data																						
Menulis manuskrip tesis																						
Perundingan dengan Penyelia																						

BAB IV

KEPUTUSAN DAN PERBINCANGAN

4.1. Penerangan Umum Pasar Yaahowu, Kota Gunungsitoli

4.1.1. Sejarah Ringkas Pasar Yaahowu, Kota Gunungsitoli

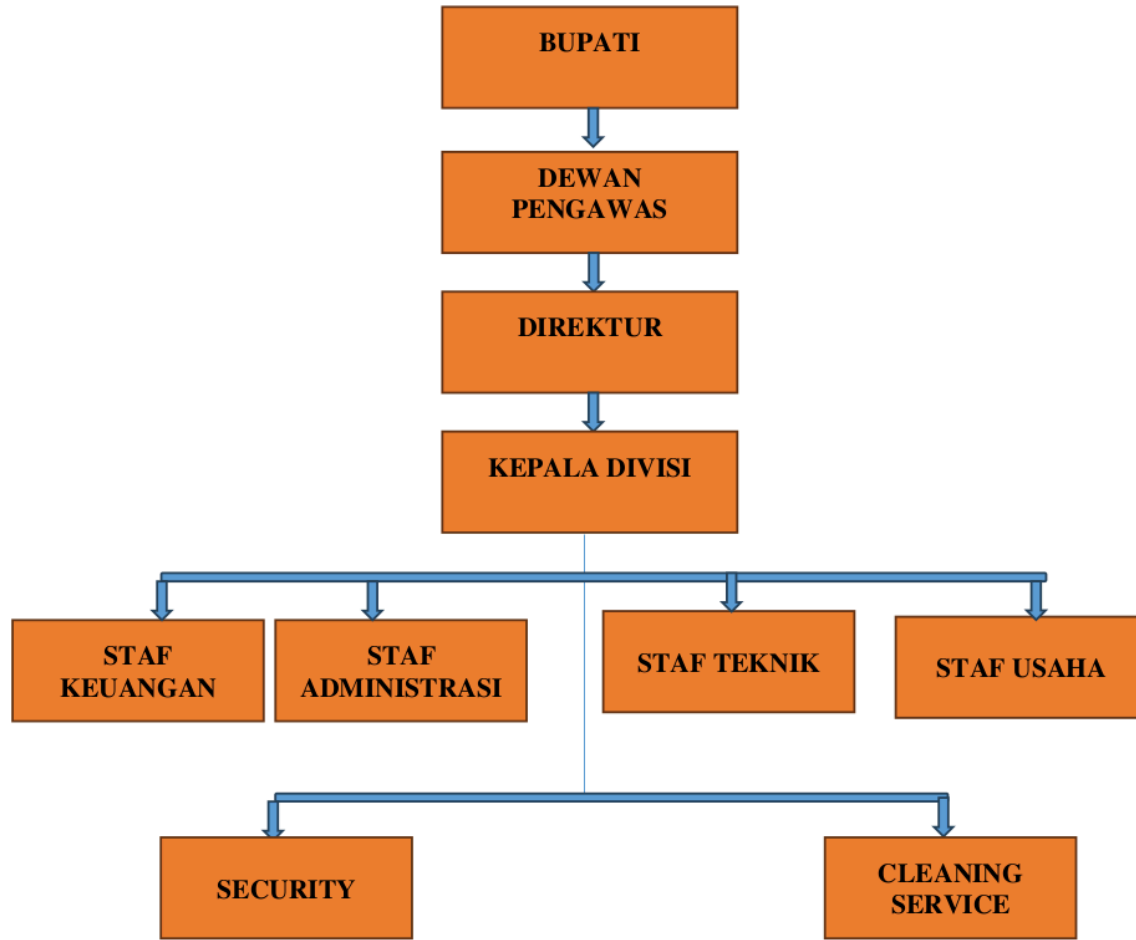
Pada awalnya sarana dan prasarana tersebut dibangun oleh Pemerintah Pusat dan kemudian diserahkan kepada Pemerintah Kabupaten Nias untuk digunakan dan dimanfaatkan sebagai kemudahan pasar dengan komoditi tertentu. Selanjutnya Pemerintah Kabupaten Nias membentuk Badan Usaha berupa Perusahaan Daerah Pasar Ya'ahowu yang pendiriannya tertuang dalam Peraturan Daerah Pasar Ya'ahowu Nomor 2 Tahun 2010 tanggal 9 April 2010 tentang Pembentukan Perusahaan Daerah Pasar Ya'ahowu. Segala sarana dan prasarana yang diterima Pemerintah Kabupaten Nias diserahkan kepada Perusahaan Daerah Pasar Ya'ahowu untuk menjadi unsur Penyertaan Modal Pemerintah Kabupaten Nias.

4.1.2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi ialah rangka kerja yang mengawal selia perhubungan antara orang dalam sesebuah organisasi. Setiap bahagian organisasi termasuk organisasi dan pembahagian kerja, bagaimana setiap bahagian berkaitan dengan bahagian lain, dan kuasa yang diberikan kepada setiap bahagian.

Struktur organisasi yang terancang menyumbang kepada kelancaran kerja dalam sesebuah organisasi dan membantu menjelaskan kewajipan dan persekitaran organisasi untuk memudahkan dan mengatasi pelaksanaan kerja. Oleh itu, pemimpin atau pihak atasan dikehendaki memikirkan dan membuat pembahagian tugas bagi setiap pekerja sekiranya matlamat yang telah ditetapkan ingin dicapai. Berikut ialah struktur Pasar Ya'ahowu di Kota Gunungsitoli.

Rajah 4.1
struktur pasaran ya'ahowu



4.1.3. Tugas struktur pasar Yaahowu di Kota Gunungsitoli

1 Tugas Pemangku Raja

- a) Mengemukakan cadangan untuk perubahan kepada peraturan wilayah
- b) Melantik dan/atau memecat lembaga penyelia dan pengarah
- c) Melaksanakan perubahan kepada jumlah modal dibenarkan
- d) Menentukan penggunaan keuntungan
- e) Merundingkan pelan pelaburan dan pembiayaan jangka panjang
- f) Menyediakan peraturan untuk perjanjian Kerjasama
- g) Memberi kelulusan pinjaman aset pasaran yaahowu
- h) Memberi kelulusan kepada pembubaran pasaran yang dicadangkan
- i) Memberi kelulusan untuk penubuhan anak syarikat/atau memiliki saham dalam syarikat lain

2. Tugas Lembaga Pengawas

- a) Membantu pengarah dalam melaksanakan audit operasi dan kewangan Syarikat Awam Wilayah Pasar Yahhowu, menilai kawalan, pengurusan dan pelaksanaan di Syarikat Awam Wilayah Pasar Yahhowu, dan memberikan cadangan untuk penambahbaikan.
- b) Menyediakan laporan hasil pelaksanaan kepada pengarah dengan salinan kepada lembaga penyeliaan.

3. Tugas Pengarah

- a) Memimpin dan mengawal semua aktiviti syarikat pasaran yaahowu
- b) Menyusun dan menyerahkan 5 (lima) laporan kerja tahunan dan rencana anggaran untuk perusahaan publik regional pasar yaahowu

- c) Membuat perubahan pada program kerja setelah mendapat kelulusan daripada lembaga penyeliaan.
 - d) Mengurus dan mentadbir aset syarikat awam serantau pasaran yaahowu
 - e) Menganjurkan pentadbiran am dan kewangan
 - f) Menyusun dan menyerahkan laporan kepada bupati selaku KPM mengenai prestasi dan kewangan secara berkala termasuk laporan aktiviti yang terdiri daripada laporan neraca, laporan untung/rugi dan laporan aliran tunai kepada lembaga pengawas.
 - g) Mematuhi undang-undang dan peraturan.
4. Tugas Ketua Bahagian
- a) Memastikan setiap bahagian menjalankan tugasnya dengan baik
 - b) Mengawasi setiap kerja bahagian yang dipimpinnya
 - c) Membantu dan memudahkan ahli bahagian sekiranya terdapat kesulitan dalam kerja mereka
 - d) Memberi penilaian pekerja di bahagiannya kepada pengarah
 - e) Memberi panduan kepada pekerja bahagian jika mereka melakukan pelanggaran disiplin
 - f) Mengenakan sekatan tatatertib ke atas pekerja yang melakukan pelanggaran disiplin dalam skop bahagian yang dipimpinnya dan bertanggungjawab terhadap setiap hasil kerja bahagian kepada pengarah.
5. Kakitangan Kewangan
- a) Simpan, deposit dan bayar wang mengikut arahan pengurusan
 - b) Merekod setiap transaksi deposit dan pembayaran untuk pembelian barang
 - c) Membuat surat akauntabiliti kewangan (SPJ)
 - d) Bertanggungjawab atas penyimpanan, deposit dan pembayaran wang mengikut arahan pihak atasan.
6. Kakitangan pentadbiran

- a) Menyimpan dokumen kewangan
- b) Menjalankan tugas lain yang diberikan oleh pengurusan dan/atau perkhidmatan lain

7. Kakitangan Teknikal

- a) Hidupkan mesin pam air di gudang dan pastikan stok air tersedia di setiap blok.
- b) Periksa air di gudang pada setiap masa
- c) Memeriksa panel dan pemasangan elektrik dan menjalankan pembaikan jika terdapat sebarang kerosakan
- d) Lakukan pembaikan kecil jika terdapat kerosakan seperti lantai, tandas, dll.
- e) Membuat tanda arah dan larangan
- f) Pasang pemasangan elektrik apabila promosi diadakan mengikut arahan pengarah
- g) Semak keadaan kiosk yang akan disewakan kepada bakal penyewa

8. Kakitangan Perniagaan

- a) Mencari bakal penyewa kiosk
- b) Terima permohonan daripada penyewa premis perniagaan
- c) Terangkan terma dan kadar untuk menyewa premis perniagaan.
- d) Membuat bil elektrik kepada setiap penyewa premis perniagaan
- e) Hubungi penyewa premis perniagaan untuk menandatangani perjanjian sewa premis perniagaan untuk mengambil perjanjian sewa
- f) Mengarkibkan semua dokumen yang berkaitan dengan bahagian perniagaan.

9. Keselamatan

- a) Menjalankan rondaan di seluruh persekitaran kerja seperti yang ditetapkan.
- b) Menaikkan dan menurunkan bendera

- c) Membuat laporan bertulis tentang sesuatu kejadian secara terperinci untuk dilaporkan kepada penyelia dan arkibkan laporan tersebut dalam jurnal harian.
 - d) Menyelia dan menjamin persekitaran syarikat pasaran yaahowu
 - e) Bertanggungjawab untuk menyelenggara dan menyelia barangan atau aset dalam syarikat, termasuk menyelia kiosk yang dimiliki oleh peniaga.
 - f) Menjaga kebersihan di persekitaran kerja
 - g) Melarang kanak-kanak bermain di kawasan pasar yaahowu
10. Perkhidmatan pembersihan
- a) Membersihkan seluruh persekitaran Pasar Yahhowu daripada sampah penyewa dan pengunjung
 - b) Membersihkan tandas di setiap blok Pasar Yaahowu dan Pejabat Awam Wilayah Pasar Yaahowu
 - c) Menjaga dan mengutip bayaran penggunaan tandas daripada pengunjung pasar yaahowu
 - d) Mendepositkan yuran penggunaan tandas yang dikutip daripada pelawat kepada bendahari.

4.1.4. Visi dan Misi

a. Penglihatan

Visi Syarikat adalah untuk menjadikan Syarikat Awam Wilayah Pasar Ya'ahowu sebagai pusat perniagaan .

b. Misi

Misi Syarikat untuk mencapai visi syarikat ialah: untuk menguruskan pasaran dan kemudahan pemasaran lain di pasaran Ya'ahowu untuk membangunkan ekonomi serantau dan menyokong PAD (Regional Original Income).

4.1.4. Ciri-ciri Responden

A. Identiti Responden

Responden dalam kajian ini adalah pelanggan atau pengguna yang telah berinteraksi dengan produk atau perkhidmatan syarikat kami dalam tempoh masa tertentu. Responden terdiri daripada individu yang mempunyai latar belakang demografi yang pelbagai, termasuk umur, jantina, tahap pendidikan dan status pekerjaan. Mereka dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk memastikan keterwakilan populasi sasaran yang mencukupi. Sebagai contoh, responden mungkin termasuk pengguna yang membuat pembelian tetap, pengguna baharu dan mereka yang telah memberikan maklum balas tentang produk atau perkhidmatan. Identiti responden ini penting bagi memastikan hasil tinjauan atau penyelidikan menggambarkan dengan tepat pengalaman dan persepsi pelbagai segmen pelanggan.

B. Identiti Responden Berdasarkan Umur

Identiti responden berdasarkan umur adalah bahagian penting dalam tinjauan atau analisis penyelidikan kerana umur boleh mempengaruhi pandangan, keperluan dan pilihan individu. Dengan mengetahui taburan umur, penyelidik boleh menyesuaikan strategi atau keputusan berdasarkan kumpulan umur yang dominan.

Jadual 4.1.

Identiti Responden Berdasarkan Umur

TIDAK	Umur Responden	Kekerapan	Peratusan (%)
1	18 - 24 tahun	15	24%
2	24 - 34 tahun	16	25%
3	35 - 44 tahun	16	25%
4	45 - 54 tahun	10	16%
5	55 tahun	6	10%
	JUMLAH	63	100%

Sumber: Pemprosesan Penyelidik, 2025

D. Berdasarkan Pendidikan

Responden mengikut kategori pendidikan. Daripada jumlah keseluruhan 63 orang responden, kebanyakannya mempunyai latar belakang pendidikan sekolah menengah dengan jumlah 26 atau 41.27%, D-3 seramai 20 orang atau 31.75%. Pendidikan S-1 diikuti dengan 17 orang atau 27% daripada jumlah responden. Taburan ini menggambarkan variasi tahap pendidikan dalam kalangan responden, memberikan gambaran latar belakang pendidikan yang lebih lengkap.

⁷⁹
Jadual 4.3

Senarai Responden Berdasarkan Pendidikan

Tidak	Pendidikan	Jumlah	Peratusan %
1	S-1	17 Orang	27.0%
2	D-3	20 Orang	31.75%
3	SEKOLAH MENENGAH	26 Orang	41.27%
Jumlah		63 Orang	100%

Sumber: Pemprosesan Penyelidik, 2025

4.1.5. Penjadualan Data

1. Rekapitulasi Keputusan Soal Selidik Kenaikan Pangkat

(Pembolehubah X_1)

Jadual 4.4

Keputusan Soal Selidik Lokasi (Pembolehubah X_1)

tiada respond en	Pembolehubah lokasi X_1										Nomb or
	⁴ X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	X_{10}	
R1	4	2	3	3	2	2	3	3	2	3	27
R2	3	1	4	4	1	1	4	4	1	4	27
R3	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	28
R4	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
R5	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	22
R6	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	28
R7	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
R8	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
R9	4	2	4	3	2	2	3	4	2	4	30
R10	3	2	4	4	2	2	4	4	2	4	31

28	R11	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
	R12	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	28
	R13	3	2	4	4	2	2	4	4	2	4	31
2	R14	4	1	4	3	1	1	3	4	1	4	26
57	R15	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	34
	R16	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
3	R17	4	1	3	2	1	1	2	3	1	3	21
	R18	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
	R19	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	28
	R20	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
	R21	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
	R22	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
	R23	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	35
	R24	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	28
	R25	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
19	R26	3	2	3	4	2	2	4	3	2	3	28
	R27	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	33
	R28	4	2	3	3	2	2	3	3	2	3	27
	R29	1	1	4	4	1	1	4	4	1	4	25
9	R30	3	1	3	3	1	1	3	3	1	3	22
	R31	3	3	1	3	3	3	3	1	3	1	24
	R32	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	26
	R33	2	1	3	2	1	1	2	3	1	3	19
19	R34	4	1	4	3	1	1	3	4	1	4	26
	R35	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	34
	R36	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
53	R37	4	1	3	2	1	1	2	3	1	3	21
	R38	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
23	R39	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	28
	R40	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
	R41	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
	R42	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
	R43	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	35
	R44	4	2	3	3	2	2	3	3	2	3	35
	R45	1	1	4	4	1	1	4	4	1	4	27
	R46	3	1	3	3	1	1	3	3	1	3	25
	R47	3	3	1	3	3	3	3	1	3	1	22
	R48	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	24
	R49	2	1	3	2	1	1	2	3	1	3	26
	R50	4	1	4	3	1	1	3	4	1	4	19

4	R51	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	26
	R52	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	34
	R53	4	1	3	2	1	1	2	3	1	3	36
11	R54	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	21
	R55	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	32
	R56	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	28
9	R57	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	36
	R58	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	32
	R59	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	38
	R60	3	3	1	3	3	3	3	1	3	1	35
	R61	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	24
	R62	2	1	3	2	1	1	2	3	1	3	26
	R63	4	1	4	3	1	1	3	4	1	4	19

Sumber: Pemprosesan Penyelidik, 2025

2. Rekapitulasi Keputusan Soal Selidik Harga (Pembolehubah X₂)

Jadual. 4.5
Keputusan Soal Selidik Harga (Pembolehubah X₂)

Tiada respon	X2 Pembolehubah harga										Nombor
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
7	R1	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32
	R2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
	R3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	R4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	37
	R5	2	2	2	3	2	3	2	3	2	23
	R6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	R7	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
	R8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	R9	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
	R10	3	4	4	4	4	4	4	3	3	37
	R11	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
	R12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	R13	3	4	4	4	4	4	4	3	3	37
	R14	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
	R15	4	4	4	3	4	3	4	3	4	37
	R16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	R17	4	3	3	2	3	2	3	2	2	28
	R18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
	R19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
	R20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

R21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R22	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	37
R23	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	37
R24	4	10	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R25	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	33
R26	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	33
R27	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	33
R28	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
R29	1	4	4	4	4	4	4	4	3	1	33
R30	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
R31	3	1	1	3	1	3	1	3	4	3	23
R32	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
R33	15	3	3	2	3	2	3	2	1	2	23
R34	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	37
R35	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	37
R36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R37	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	33
R38	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	33
R39	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	33
R40	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	33
R41	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	33
R42	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	33
R43	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
R44	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
R45	4	2	4	3	2	2	3	4	2	4	30
R46	3	2	4	4	2	2	4	4	2	4	31
R47	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
R48	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	28
R49	3	2	4	4	2	2	4	4	2	4	31
R50	4	1	4	3	1	1	3	4	1	4	26
R51	23	3	4	3	3	3	3	4	3	4	34
R52	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
R53	4	1	3	2	1	1	2	3	1	3	21
R54	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
R55	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	28
R56	11	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
R57	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	32
R58	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
R59	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	35
R60	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	28
R61	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31

R62	3	2	3	4	2	2	4	3	2	3	28
R63	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	33

Sumber: Pemrosesan Penyelidik, 2025

c. Rekapitulasi Keputusan Soal Selidik Membuat Keputusan
(pembolehubah Y)

Jadual. 4.6
Keputusan Soal Selidik Membuat Keputusan (Pembolehubah Y)

Tiada Responden	Pembolehubah Membuat Keputusan Y										Jumlah
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
R1	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	32
R2	4	4	1	4	3	3	4	4	3	4	34
R3	4	4	1	4	4	3	4	4	2	4	34
R4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	37
R5	2	3	2	4	4	4	2	3	4	2	30
R6	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	37
R7	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
R8	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	37
R9	4	3	2	4	3	4	4	3	4	4	35
R10	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	37
R11	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
R12	4	4	1	4	2	4	4	4	4	4	35
R13	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	37
R14	4	3	1	4	4	3	4	3	3	4	33
R15	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	36
R16	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	36
R17	3	2	1	3	3	4	3	2	4	3	28
R18	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
R19	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	36
R20	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	36
R21	4	4	2	1	4	4	2	4	4	4	33
R22	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	34
R23	4	4	3	1	3	3	3	4	4	4	33
R24	4	4	1	3	4	4	1	4	4	4	33
R25	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3	29
R26	4	4	2	1	3	3	2	4	3	3	29
R27	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	30
R28	3	3	2	1	3	4	2	3	3	3	27
R29	4	4	1	3	3	3	1	4	4	4	31
R30	3	3	1	2	2	4	1	3	3	3	25
R31	3	3	3	4	4	3	3	3	1	1	28
R32	3	3	2	3	2	1	2	3	3	3	25
R33	2	2	1	1	1	3	1	2	3	3	19
R34	3	3	1	3	4	3	1	3	4	4	29

R35	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	33
R36	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
R37	2	2	1	4	4	4	1	3	3	3	27
R38	4	4	2	4	3	3	2	4	3	3	32
R39	4	4	1	4	2	3	1	3	4	4	30
R40	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	34
R41	4	4	2	4	3	3	2	4	3	3	32
R42	3	3	4	4	2	3	4	3	4	4	34
R43	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	34
R44	4	3	2	4	2	3	2	4	2	2	28
R45	3	4	1	4	2	2	1	4	2	2	25
R46	4	3	1	4	2	2	1	4	2	2	25
R47	4	3	3	4	2	2	3	4	2	2	29
R48	3	3	2	3	1	2	2	4	1	1	22
R49	4	2	1	3	2	1	1	4	2	2	22
R50	4	3	1	4	1	2	1	4	1	1	22
R51	4	3	3	3	3	1	3	4	3	3	30
R52	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	34
R53	4	2	1	3	1	3	1	3	1	1	20
R54	4	4	2	1	2	1	2	4	2	2	24
R55	4	4	1	3	1	2	1	4	1	1	22
R56	4	4	3	3	3	1	3	4	3	3	31
R57	4	4	2	4	2	3	2	4	2	2	29
R58	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	36
R59	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	35
R60	4	3	3	3	1	3	3	4	1	1	26
R61	3	3	2	4	3	1	2	3	3	3	27
R62	3	2	1	1	2	3	1	3	2	2	20
R63	1	3	1	2	3	2	1	4	3	3	23

Sumber: Pemrosesan Penyelidik, 2025

4.2. Ujian Andaian Instrumen

4.2.1. Ujian Kesahan

Bagi mengukur kesahan, nilai Korelasi Item-Jumlah dibandingkan dengan nilai jadual r 0.244. Nilai perbandingan ini digunakan untuk menyemak sama ada nilai pengiraan (r_{count}) *Korelasi Item-Jumlah Dibetulkan* adalah lebih besar daripada nilai jadual r (0.244). Jika nilai kiraan r lebih besar daripada 0.244, maka soalan dalam soal selidik dianggap sah. Pengujian instrumen kajian bertujuan untuk mengukur tahap kesahan dan kebolehpercayaan soal

selidik sebelum pengumpulan data dijalankan. Keputusan ujian kesahan pembolehubah dalam kajian ini adalah seperti berikut :

1.Ujian Kesahan Lokasi (X1)

Bagi mengira kesahan pembolehubah Lokasi , pengkaji menyediakan keputusan item soal selidik dengan jadual berikut:

Jadual 4.7
Kesahan pembolehubah lokasi

Tiada Item	R.kira	R.jadual	maklumat
1	0.309	0.244	sah
2	0.594	0.244	sah
3	0.348	0.244	sah
4	0,400	0.244	sah
5	0.594	0.244	sah
6	0.594	0.244	sah
7	0.400	0.244	sah
8	0.348	0.244	sah
9	0.594	0.244	sah
10	0.594	0.244	sah

Sumber: diproses daripada data primer melalui SPSS Statistic26, 2025

Berdasarkan Jadual 4.7, diketahui bahawa semua pernyataan yang digunakan dalam soal selidik yang telah diedarkan kepada semua responden seramai 63 orang dan soal selidik telah dikembalikan dengan utuh dan lengkap, dan khususnya pembolehubah Lokasi diisytiharkan sah, kerana kesemua item soalan mempunyai nilai Korelasi Pearson (r_{count}) lebih besar daripada r_{jadual} (0.244) .

2. Ujian Kesahan Harga (X2)

Bagi mengira kesahan pembolehubah Harga , pengkaji menyediakan keputusan item soal selidik dengan jadual berikut:

**Jadual 4.8 Kesahan
Pembolehubah Harga**

Tiada Item	R.kira	R.jadual	maklumat
1	0.332	0.244	sah
2	0.821	0.244	sah
3	0.619	0.244	sah
4	0.527	0.244	sah
5	0.821	0.244	sah
6	0.760	0.244	sah
7	0.655	0.244	sah
8	0.474	0.244	sah
9	0.696	0.244	sah
10	0.390	0.244	sah

Sumber: diproses daripada data primer melalui SPSS Statistic 26, 2025

Berdasarkan Jadual 4.8, diketahui bahawa semua pernyataan yang digunakan dalam soal selidik yang telah diedarkan kepada semua responden seramai 63 orang dan borang soal selidik telah dikembalikan secara utuh dan lengkap, dan khususnya pembolehubah harga dinyatakan sah, kerana kesemua item soalan mempunyai nilai Korelasi Pearson (r_{count}) lebih besar daripada r_{jadual} (0.244) .

2.Ujian Kesahan Membuat Keputusan (Y)

Bagi mengira kesahan pembolehubah membuat keputusan, pengkaji menyediakan keputusan item soal selidik dengan jadual berikut:

**Jadual 4.9 Kesahan
Pembolehubah Membuat Keputusan**

Tiada Item	R.kira	R.jadual	maklumat
1	0.445	0.244	sah
2	0.624	0.244	sah

3	0.401	0.244	sah
4	0.361	0.244	sah
5	0.713	0.244	sah
6	0.574	0.244	sah
7	0.814	0.244	sah
8	0.297	0.244	sah
9	0.666	0.244	sah
10	0.774	0.244	sah

Berdasarkan Jadual 4.9, diketahui bahawa semua pernyataan yang digunakan dalam soal selidik yang telah diedarkan kepada semua responden seramai 63 orang dan borang soal selidik telah dikembalikan dengan utuh dan lengkap, dan khususnya pembolehubah membuat keputusan diisytiharkan sah, kerana kesemua item soalan mempunyai nilai Korelasi Pearson (r_{count}) lebih besar daripada r_{jadual} (0.244) .

4.2.2. Ujian Kebolehpercayaan

Menurut Sugiyono (2019:130), pengujian reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Pengujian kebolehpercayaan dilakukan terhadap item soalan yang dinyatakan sah, pembolehubah dikatakan boleh dipercayai jika jawapan kepada soalan sentiasa konsisten. Kebolehpercayaan melibatkan tahap ketekalan dan kestabilan data atau penemuan, untuk melihat ketepatan atau kejelasan soal selidik. Kebolehpercayaan tinggi atau rendah dinyatakan dengan nilai yang dipanggil pekali kebolehpercayaan, yang berjulat dari 0-1. Dalam kajian ini, pengkaji telah menguji kebolehpercayaan dengan model *alpha Cronbach*, di mana pengkaji menggunakan bantuan program SPSS versi 26 . Keputusan ujian kebolehpercayaan instrumen terkandung dalam Jadual 4.10 seperti berikut :

Jadual 4.10

Ujian Kebolehpercayaan Pembolehubah

Pembolehubah	Alpha Cronbach	N daripada item
Lokasi	0.845	10
harga	0.825	10
Membuat keputusan	0.776	10

Sumber: diproses daripada data primer melalui SPSS Statistic26, 2025

Keputusan ujian kebolehpercayaan pada instrumen menghasilkan nombor *Cronbach Alpha* lebih daripada 0.7 , iaitu 0.845 untuk pembolehubah lokasi , 0.825 untuk pembolehubah Harga dan 0.776 untuk pembolehubah membuat keputusan . Kebolehpercayaan soal selidik terhadap ketiga-tiga pembolehubah ini diisytiharkan boleh dipercayai jika ia memberikan nilai *alfa Cornbach* > 0.7 . Dengan merujuk kepada maklumat di atas, dapat dinyatakan bahawa pernyataan dalam soal selidik kajian ini mempunyai kebolehpercayaan yang mencukupi dan sesuai digunakan dalam konteks penyelidikan ini .

4.2.3. Ujian Kolerasi

29

Menurut Sudaryono (2016:67), analisis korelasi merupakan salah satu teknik statistik yang sering digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel. Di mana jenis hubungan antara pembolehubah bebas dan pembolehubah bersandar boleh positif, bermakna ia mempunyai hubungan satu arah di mana nilai pembolehubah bebas adalah tinggi, maka nilai pembolehubah bersandar adalah tinggi. Sebaliknya, jika nilai korelasi positif, ia mempunyai hubungan yang berlawanan di mana nilai pembolehubah bebas adalah tinggi, maka nilai pembolehubah bersandar menurun atau rendah.

1. Uji pekali korelasi lokasi (x1) pada pembuatan keputusan (pembolehubah Y)

Jadual 4.11
Lokasi (Pembolehubah X₁) pada Pembuatan Keputusan
(Pembolehubah Y)

<u>Perkaitan</u>		<u>Lokasi (X1)</u>	<u>Membuat Keputusan (Y)</u>
<u>Lokasi (X1)</u>	<u>Korelasi Pearson</u>	<u>1</u>	<u>.549 **</u>
	<u>Sig. (2 ekor)</u>		<u>.000</u>
	<u>N</u>	<u>63</u>	<u>63</u>
<u>Membuat Keputusan (Y)</u>	<u>Korelasi Pearson</u>	<u>.549 **</u>	<u>1</u>
	<u>Sig. (2 ekor)</u>	<u>.000</u>	
	<u>N</u>	<u>63</u>	<u>63</u>

16
**. Korelasi adalah signifikan pada tahap 0.01 (2-tailed).

Sumber: diproses daripada data primer melalui SPSS Statistic26, 2025

Berdasarkan jadual nilai pekali korelasi lokasi adalah 0.549 dengan garis panduan tafsiran nilai korelasi berada dalam julat 0.40 - 0.600 , bermakna tahap hubungan antara lokasi dan membuat keputusan adalah termasuk dalam tahap hubungan yang tinggi.

2. Ujian Pekali Kolerasi Harga (Pembolehubah X₂) terhadap pembuatan keputusan (Pembolehubah Y)

Jadual 4.12
Harga (Pembolehubah X₂) membuat keputusan
(Pembolehubah Y)

<u>Perkaitan</u>		<u>Harga (x2)</u>	<u>Membuat Keputusan (Y)</u>
<u>Harga (x2)</u>	<u>Korelasi Pearson</u>	<u>1</u>	<u>.821 **</u>
	<u>Sig. (2 ekor)</u>		<u>.000</u>
	<u>N</u>	<u>63</u>	<u>63</u>
<u>Membuat Keputusan (Y)</u>	<u>Korelasi Pearson</u>	<u>.821 **</u>	<u>1</u>
	<u>Sig. (2 ekor)</u>	<u>.000</u>	
	<u>N</u>	<u>63</u>	<u>63</u>

**. Korelasi adalah signifikan pada tahap 0.01 (2-tailed).

Sumber: diproses daripada data primer melalui SPSS Statistic26, 2025

Berdasarkan jadual, nilai pekali korelasi Harga adalah 0.821 berdasarkan garis panduan nilai tafsiran, nilai korelasi adalah dalam julat 0.600 - 0.800: Sangat tinggi, bermakna tahap hubungan antara Harga dan membuat keputusan adalah termasuk dalam tahap hubungan yang sangat tinggi.

4.2.4. Ujian Andaian Klasik

1. Ujian Normaliti

SPSS untuk Windows . Ujian normaliti yang digunakan ialah ujian Kolmogorov-Smirnov . Kriteria yang digunakan adalah kepentingan untuk ujian dua hujung. Jika hasil pengiraan lebih besar daripada 0.05, maka dapat disimpulkan bahawa data bertaburan normal.

Menurut Ghozali (2017: 160), ujian kenormalan dijalankan dengan tujuan untuk menentukan sama ada setiap pembolehubah bertaburan normal atau tidak, ujian statistik Kolmogorov-Smirnov telah dijalankan . Dalam kajian ini, pengkaji menggunakan kaedah ujian normaliti Kolmogorov-Smirnov.

Jadual 4.13

Ujian Normaliti dengan Ujian Kolmogorov Smirnov

Satu-Sampel Ujian Kolmogorov-Smirnov

		Sisa Tidak Piawai
N		63
Parameter Biasa ^{a,b}	Min	.0000000
	Std. penyelewengan	2.73882783
Perbezaan Paling Melampau	mutlak	.066
	Positif	.066
	Negatif	-.048
Statistik Ujian		.066
Asymp. Sig. (2 ekor)		.200 ^{c,d}

a. Taburan ujian adalah Normal.

b. Dikira daripada data.

c. Pembetulan Kepentingan Lilliefors.

d. Ini adalah batas bawah kepentingan sebenar.

Sumber: diproses daripada data primer melalui SPSS Statistic26, 2025

Berdasarkan keputusan ujian Kolmogorov-Smirnov, Asymp. Sig. Nilai (2-ekor) ialah 0.200 . Dalam ujian Kolmogorov-Smirnov, nilai keertian yang lebih besar daripada 0.05 menunjukkan bahawa data tidak berbeza secara signifikan daripada taburan normal. Dengan

nilai keertian 0. 200 , iaitu lebih besar daripada 0.05, boleh disimpulkan bahawa terdapat bukti yang tidak mencukupi untuk menolak hipotesis nol. Ini bermakna data baki mengikut taburan normal dan ujian normaliti tidak menunjukkan sisihan yang ketara daripada normaliti.

2. Ujian Multikolineariti

Ujian multikolineariti digunakan untuk menguji sama ada dalam model regresi ditemui di sana atau tidak korelasi antara pembolehubah bebas. Jika Sekiranya terdapat korelasi, ia dipanggil *masalah multikolineariti*, model regresi yang mana bagus sepatutnya Tidak berlaku korelasi antara pembolehubah bebas, jika multikolineariti dibuktikan, salah satu daripada bebas itu sepatutnya yang mana ada dikeluarkan daripada model, maka penciptaan model regresi diulang kembali.

Untuk menguji multikolineariti, Faktor *Inflasi Varians* digunakan. (VIF) dan garis panduan *Toleransi* untuk regresi bebas multikolineariti adalah mempunyai *nombor toleransi* > 0.1 , had VIF ialah 10, jika nilai VIF ialah bawah 10 jadi Tidak berlaku gejala multikolineariti. Ujian ini guna SPSS Perangkaan 26.

Jadual 4.13
Ujian Multikolineariti

		<u>Pekali Tidak Piawai</u>		<u>Pekali Piawai</u>			<u>Statistik Kolineariti</u>	
<u>Model</u>		<u>B</u>	<u>Std. ralat</u>	<u>Beta</u>	<u>t</u>	<u>Sig.</u>	<u>Toleransi</u>	<u>VIF</u>
1	(Malar)	-.2944	2.702		-1.089	.280		
	<u>Lokasi (X1)</u>	.255	.074	.255	3.442	.001	.831	1.204
	<u>Harga (x2)</u>	.774	.080	.716	9.681	.000	.831	1.204

a. Pembolehubah Bersandar: Membuat Keputusan (Y)

Sumber: Pemrosesan SPSS V.26

Berdasarkan keputusan Ujian Multikolineariti dalam Jadual 4.12, dapat dilihat bahawa *toleransi* 1 bermakna > 0.1 dan *VIF* 1 bermakna < 10 , oleh itu boleh membuat kesimpulan itu kesamarataan model regresi Tidak berlaku multikolineariti. Ini bermakna tiada korelasi antara pembolehubah bebas. supaya boleh digunakan Untuk analisis tambahan pula.

3. Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2017: 47), heteroskedastisitas bermaksud terdapat variasi variabel yang tidak. Tujuan ujian heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui terdapat atau berlakunya atau menguji sama ada dalam model regresi *varians yang tidak sama* dari baki satu pemerhatian ke pemerhatian sama dalam model regresi yang lain masih bermakna bahawa berlaku. Dalam heteroskedastisitas ujian heteroskedastisitas, pengkaji menggunakan bantuan SPSS26.

Rajah 4.2.

Keputusan ujian heteroskedastisitas



Sumber : Pemrosesan SPSS V.26

21 Berdasarkan gambar di atas, dapat 8 disimpulkan titik-titik pada gambar di atas tersebar pada setiap titik 0, sehingga dapat disimpulkan bahawa tidak ada heteroskedastisitas.

4.2.5. Ujian Linear Berbilang

Sugiyono (2019) menyatakan analisis regresi linear berganda ialah regresi yang mempunyai satu pembolehubah bersandar dan dua atau lebih pembolehubah tidak bersandar. Analisis ini digunakan untuk menentukan magnitud pengaruh pembolehubah bebas.

Jadual 4.14
Ujian Linear Berbilang

Pekali ^a						
Model		Pekali Tidak Piawai B	Std. ralat	Pekali Piawai Beta	t	Sig.
1	(Malar)	2,944	2,702		-1,089	.280
	Lokasi (x1)	.255	.074	.255	3.442	.001
	Harga (x2)	.774	.080	.716	9,681	.000

a. Pembolehubah Bersandar: Membuat Keputusan (Y)

Sumber: Pemprosesan SPSS V.26

72 Berdasarkan jadual di atas, dapat disimpulkan bahawa:

$$Y = a + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2$$

$$= 2.944 + 0.255 \cdot x_1 + 0.744 \cdot x_2$$

Tafsirannya ialah:

Nilai a sebanyak 2.944 adalah pemalar atau keadaan apabila pembolehubah Pengekalan tidak dipengaruhi oleh pembolehubah lain iaitu pembolehubah Lokasi (x1) dan pembolehubah Harga (X2). Jika tiada pembolehubah bebas, pembolehubah membuat keputusan tidak berubah.

-b1 (nilai regresi linear x1) sebanyak 0.255, menunjukkan bahawa pembolehubah Lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap pembuatan keputusan, bermakna setiap peningkatan 1 unit dalam pembolehubah Pengekalan akan mempengaruhi pembuatan keputusan sebanyak 0.255, dengan andaian pembolehubah lain tidak diteliti dalam kajian ini. -b2 (Nilai Regresi Linear x2) sebanyak 0.744 menunjukkan bahawa pembolehubah Harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap pembuatan keputusan, bermakna setiap kenaikan 1 unit dalam pembolehubah Harga akan mempengaruhi pembuatan keputusan sebanyak 0.744, dengan andaian pembolehubah lain tidak diteliti dalam kajian ini.

4.2.6. Ujian Penentuan

Dalam kajian ini menggunakan R persegi terlaras, di mana setiap tambahan pembolehubah bebas, maka R^2 pasti akan meningkat. Oleh itu, ramai penyelidik mengesyorkan menggunakan kuasa dua R terlaras semasa menilai model regresi. Tidak seperti R^2 , nilai R^2 yang diselaraskan boleh meningkat atau menurun jika satu pembolehubah bebas ditambah pada model.

Jadual 4.15
Keputusan Ujian Penentuan
Ringkasan Model^b

Model	R	R Square	Petak R Dilaraskan	Std. Ralat Anggaran
1	.853 ^a	.727	.718	2,784

a. Peramal: (Malar), Harga (x2), Lokasi (x1)

b. Pembolehubah Bersandar: Membuat Keputusan (Y)

Sumber: Pemprosesan SPSS V.26

Berdasarkan jadual 4.15 di atas, nilai Adjusted R Square (pekali penentuan) ialah 0.718, bermakna pengaruh pembolehubah bebas Pembolehubah x1 Lokasi dan pembolehubah Harga X2 ke atas Pembolehubah Y dalam membuat keputusan. 71.8 %, dan baki 28.2% dipengaruhi oleh pembolehubah lain yang tidak dibincangkan dalam kajian ini.

4.2.7. Pengujian Hipotesis

1. Ujian statistik T pada asasnya menunjukkan sejauh mana pengaruh satu pembolehubah penjelasan sahaja dalam menerangkan variasi pembolehubah bersandar. Dalam kes ini, adakah pembolehubah dimensi Pengekalan benar-benar mempengaruhi pembolehubah Keputusan Pembelian Pengguna. Kajian ini dijalankan dengan melihat *Quick Look* dan juga membandingkan nilai statistik T dengan titik kritikal mengikut

jadual dengan tahap $\alpha = 5\%$. Sebagai asas untuk membuat keputusan, kriteria ujian berikut boleh digunakan:

- Jika $T_{\text{kiraan}} > T_{\text{jadual}}$ dan aras keertian $< (0.05)$, maka pembolehubah bebas secara individu mempengaruhi pembolehubah bersandar.
- Jika $T_{\text{kiraan}} < T_{\text{jadual}}$ dan aras keertian $> (0.05)$, maka pembolehubah bebas secara individu tidak mempengaruhi pembolehubah bersandar.

Berikut adalah keputusan ujian separa menggunakan SPSS26 seperti berikut:

1. Pengaruh Lokasi terhadap Pembuatan Keputusan (pembolehubah Y)

Jadual 4.16

Pembolehubah X1 melawan pembolehubah Y

65
Ringkasan Model

Model	R	R Square	Petak R Dilaraskan	Std. Ralat Anggaran
1	.549 ^a	.302	.290	4.420

a. Peramal: (Malar), Lokasi X1

Sumber: Pemprosesan SPSS V.26

Diketahui nilai R Square ialah 0.302 atau 30.2% yang menunjukkan pembolehubah Lokasi atau X1 mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pembuatan keputusan atau Y sebanyak 0.302 atau 30.2%.

2. Pengaruh Harga terhadap Pembuatan Keputusan (pembolehubah Y)

Jadual 4.17

Pembolehubah X2 melawan pembolehubah Y

Ringkasan Model

Model	R	R Square	Petak R Dilaraskan	Std. Ralat Anggaran
-------	---	----------	--------------------	---------------------

1	.821 ^a	.674	.668	3.022
---	-------------------	------	------	-------

S a. Peramal: (Malar), harga X2

umber: *Pemprosesan SPSS V.26*

Diketahui nilai R Square ialah 0.674 atau 67.4% yang menunjukkan pembolehubah harga atau X2 mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pembuatan keputusan atau Y sebanyak 0.674 atau 67.4%.

3. Pengaruh lokasi dan harga terhadap pembuatan keputusan

Jadual 4.18

Ujian-t

Pekali^a

Model	Pekali Tidak Piawai B	Std. ralat	Pekali Piawai Beta	t	Sig.
1					
(Malar)	-2.944	2.702		-1.089	.280
Lokasi x1	.255	.074	.255	3.442	.001
Harga x2	.774	.080	.716	9.681	.000

a. Pembolehubah Bersandar: membuat keputusan Y

Sumber: *Pemprosesan SPSS V.26*

Berdasarkan jadual di atas, tafsirannya ialah:

1. Pengaruh pembolehubah lokasi X1 terhadap pembolehubah membuat keputusan Y

Diketahui nilai tandanya adalah 0.001 < 0.05 dan nilai T yang dihitung adalah 3.442 > 1.670 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel Lokasi X1 terhadap pengambilan keputusan Y.

2. Pengaruh pembolehubah harga x2 ke atas pembolehubah membuat keputusan Y

Diketahui nilai tandanya adalah 0.000 < 0.05 dan nilai T yang dihitung adalah 9.681 > 1.670 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel Harga X2 terhadap pengambilan keputusan Y.

3. Ujian F ialah teknik statistik yang digunakan untuk menentukan sama ada terdapat perbezaan yang signifikan antara varians dua atau lebih kumpulan data. Dalam konteks analisis varians (ANOVA), ujian F membandingkan varians antara kumpulan dengan varians dalam kumpulan untuk melihat sama ada kumpulan mempunyai varians yang jauh berbeza. Ujian ini amat berguna dalam kajian yang melibatkan pelbagai kumpulan dan bertujuan untuk menguji hipotesis bahawa semua kumpulan mempunyai varians yang sama.

Keputusan ujian F berdasarkan SPSS26 adalah seperti berikut:

Jadual 4.19

		ANOVA ^a				
Model		Jumlah Kuasa Dua	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresi	1240.927	2	620.463	80.047	.000 ^b
	Baki	465.073	60	7.751		
	Jumlah	1706.000	62			

a. Pembolehubah Bersandar: membuat keputusan Y

b. Peramal: (Malar), Harga x2, Lokasi x1

Sumber: Pemprosesan SPSS V.26

Berdasarkan jadual di atas, dapat disimpulkan bahawa pengaruh lokasi (X1) dan harga (X2) terhadap pembuatan keputusan. (Y) . Nilai tanda diketahui $0.000 < 0.05$ dan nilai F yang dihitung adalah $80.047 > 244$ sehingga dapat disimpulkan bahawa H3 diterima, artinya terdapat pengaruh variabel lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan.

4.3. Perbincangan Hasil Kajian

4.3.1. Pengaruh Lokasi terhadap Pembuatan Keputusan

Lokasi merupakan peranan penting untuk tempat atau penempatan sesuatu objek, keadaan di permukaan bumi. Lokasi adalah tempat yang biasa dikunjungi orang. Sumaatmadja (1988:118) menjelaskan bahawa lokasi sesuatu objek di angkasa dapat menjelaskan dan memberikan kejelasan kepada objek atau fenomena geografi yang berkenaan dengan

lebih lanjut. Lokasi berhubung dengan pemasaran adalah tempat yang istimewa dan unik di mana tanah itu boleh digunakan untuk membeli-belah. Jadi dapat disimpulkan bahawa lokasi yang dimaksudkan adalah lokasi atau tempat yang tetap di mana orang ramai boleh melawat untuk membeli-belah, tempat tersebut adalah kawasan membeli-belah, pasar, tempat berdiri atau kaunter kulit kayu.

Dalam kajian Agus Wibowo (2021), menunjukkan pemilihan lokasi yang strategik memainkan peranan yang sangat penting dalam meningkatkan pengambilan keputusan pengguna, ini merujuk kepada kedudukan atau tempat di mana sesuatu itu berada, sama ada di luar atau dalam ruang tertentu. Lokasi ini merujuk kepada demokrasi pasaran, dengan menyasarkan kumpulan pelanggan yang betul dan kebolehaksesannya. Kriteria pengujian hipotesis dalam menggunakan statistik SPSS26 ialah apabila, maka hipotesis alternatif diterima nilai keertian $F < 0.05$, yang menyatakan kesemuanya adalah separa bebas dan signifikan mempengaruhi pembolehubah bersandar (Ghozali, 2018).

Berdasarkan keputusan ujian-T, tafsiran adalah pengaruh pembolehubah lokasi X1 terhadap pembuatan keputusan Y. Diketahui nilai tandanya ialah 0.001 < 0.05 dan nilai T yang dikira ialah 3.442 > 1.670 sehingga dapat disimpulkan bahawa H1 diterima bermakna terdapat pengaruh antara pembolehubah Lokasi X1 terhadap Pembuatan Keputusan Y.

Berdasarkan ujian pekali penentuan, ia bertujuan untuk mengukur sejauh mana keupayaan model untuk menerangkan variasi pembolehubah bersandar (Ghozali, 2018). Ujian pekali menunjukkan nilai Adjusted R Square (pekali penentuan) ialah 0.718, bermakna pengaruh pembolehubah tidak bersandar Pembolehubah Lokasi dan Pembolehubah Harga X2 terhadap pembolehubah pembuat keputusan Y ialah 71.8 %. dengan mengandaikan bahawa pembolehubah lain tidak diteliti dalam kajian ini.

4.3.2. Pengaruh Harga Terhadap Pembuatan Keputusan

Harga adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna. Penetapan harga yang sesuai boleh mempengaruhi daya tarikan sesuatu produk dan mendorong pengguna untuk membuat pembelian. Teori harga dan keputusan pembelian telah dibincangkan secara meluas dalam kesusasteraan pengurusan pemasaran dan ekonomi. Dalam konteks ini, teori terkini menekankan peranan harga dalam membentuk persepsi nilai pengguna dan bagaimana ini boleh mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2016), harga bukan sahaja kos yang dibayar oleh pengguna, tetapi juga penunjuk nilai sesuatu produk atau perkhidmatan. Pengguna sering menilai produk berdasarkan perbandingan harga dengan faedah yang diperolehi. Dengan harga yang kompetitif, pengguna mungkin merasakan mereka mendapat nilai yang lebih besar, yang boleh meningkatkan kemungkinan pembelian. Penemuan terkini daripada penyelidikan oleh Wang kualiti yang lebih baik et al. (2019) menyokong teori ini dengan menunjukkan bahawa harga yang lebih rendah sering meningkatkan daya tarikan produk dalam pasaran yang sangat kompetitif.

Selain itu, psikologi teori harga yang dicadangkan oleh Monroe (2020) menonjolkan bagaimana harga boleh mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kualiti produk. Menurut Monroe, harga yang lebih tinggi sering dikaitkan dengan, manakala harga yang lebih rendah boleh menurunkan kualiti yang dirasakan. Penyelidikan terbaru oleh Lee dan Koo (2021) mencadangkan bahawa pengguna sering menggunakan harga sebagai isyarat untuk menilai kualiti produk, terutamanya dalam kategori produk yang mempunyai sedikit perbezaan ciri.

Walau bagaimanapun, perlu diingatkan bahawa pengaruh harga tidak selalu linear. Penyelidikan oleh Ailawadi et al. (2022) menunjukkan bahawa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian boleh dipengaruhi oleh faktor lain seperti imej jenama, promosi, dan keperluan peribadi. Sebagai contoh, strategi harga diskaun atau promosi bermusim boleh

meningkatkan daya tarikan produk dan menggalakkan pembelian terdorong, tetapi jika harga terlalu rendah, pengguna mungkin meragui kualiti produk.

Kriteria pengujian hipotesis dalam menggunakan statistik SPSS26 ialah apabila nilai keertian $F < 0.05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan kesemuanya adalah separa bebas dan signifikan mempengaruhi pembolehubah bersandar (Ghozali, 2018).

Berdasarkan keputusan ujian-T, tafsiran adalah pengaruh pembolehubah harga X2 terhadap pembolehubah pembuat keputusan Y. Diketahui nilai tandanya adalah $0.001 < 0.05$ dan nilai T yang dihitung adalah $3.442 > 1.670$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel Harga X2 terhadap pengambilan keputusan Y.

Berdasarkan ujian pekali penentuan, ia bertujuan untuk mengukur sejauh mana keupayaan model untuk menerangkan variasi pembolehubah bersandar (Ghozali, 2018). Ujian pekali menunjukkan bahawa ia diperolehi Diketahui nilai R Square ialah 0.718 atau 71.8% yang menunjukkan pembolehubah Lokasi atau X1 mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pembuatan keputusan atau Y sebanyak 0.718 atau 71.8%.

4.3.3. Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Pembuatan Keputusan

Lokasi dan harga ialah dua faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna. Menurut Kotler dan Keller (2021), lokasi yang berkesan boleh meningkatkan keterlihatan produk dan mempengaruhi persepsi pengguna terhadap nilai produk. Lokasi yang strategik bukan sahaja meningkatkan kesedaran tetapi juga boleh membentuk imej positif yang menyokong keputusan pembelian. Kotler dan Keller menyatakan bahawa pelbagai jenis lokasi seperti tempat yang bersih, strategi dan program kesetiaan mempunyai kesan yang besar terhadap minat pembelian pengguna kerana ia memberikan insentif tambahan yang mendorong pengguna untuk membuat pembelian.

Sebaliknya, harga juga memainkan peranan yang sangat penting dalam keputusan pembelian. Teori harga Monroe (2020) menekankan bahawa pengguna sering membandingkan harga untuk memastikan mereka mendapat nilai untuk wang mereka. Monroe berpendapat bahawa harga yang terlalu tinggi boleh menyebabkan pengguna berasa tertekan dan cenderung untuk mencari alternatif yang lebih murah, manakala harga yang terlalu rendah boleh menimbulkan keraguan tentang kualiti produk.

Penyelidikan terkini oleh Zhang et al. (2023) menunjukkan gabungan Lokasi dan harga boleh mewujudkan kesan sinergistik yang meningkatkan keberkesannya. Dalam kajian mereka, Zhang et al. mendapati lokasi yang digabungkan dengan harga yang kompetitif boleh mempercepatkan keputusan pembelian dengan mengukuhkan persepsi nilai pengguna. Sebagai contoh, lokasi strategik seperti yang terletak di pusat kulinari, pusat bandar yang boleh diakses dan ditawarkan dalam tempoh tertentu boleh menjadikan harga produk kelihatan lebih menarik berbanding harga biasa dan tempat yang lebih mudah diakses, sekali gus menggalakkan keputusan pembelian yang lebih pantas.

Teori harga dan lokasi ini boleh dikembangkan dengan pemahaman tentang tingkah laku pengguna yang dijelaskan oleh teori persepsi nilai Zeithaml (2022). Zeithaml berpendapat bahawa persepsi nilai pengguna dipengaruhi oleh hubungan antara harga, persepsi kualiti, dan faedah produk. Apabila pengguna merasakan destinasi atau lokasi sasaran yang dikehendaki dengan memberi perhatian atau memilih lokasi yang strategik. Oleh itu, syarikat perlu mengimbangi tempat strategik dan penetapan harga dengan berhati-hati untuk mencapai kesan yang diinginkan dalam membuat keputusan pengguna.

Berdasarkan keputusan ujian F berdasarkan SPSS26, menunjukkan bahawa Nilai tandanya adalah $0.000 < 0.05$ dan nilai F yang dihitung adalah $80.047 > 244$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, artinya terdapat pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y.

Berdasarkan hasil perbincangan, pengkaji melihat lokasi dan harga mempunyai kesan yang signifikan dalam membuat keputusan. Ini

bermakna Pasar Ya'ahowu di Kota Gunungsitoli perlu meluaskan capaian lokasi dan memanfaatkan segala *kebolehcapaian* dan *ketersediaan kemudahan* untuk meningkatkan tahap jualan produk, dan memberikan harga yang kompetitif dan menarik. Oleh itu, syarikat boleh meningkatkan daya tarikan produk di mata pengguna dan menggalakkan keputusan pembelian yang lebih tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan peniaga dalam menyewa kiosk di Pasar Ya'ahowu, Kota Gunungsitoli. Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahawa:

1. Secara keseluruhannya, hasil kajian menunjukkan lokasi (x_1) dan harga (x_2) mempunyai kesan terhadap pengambilan keputusan (Y) di Pasar Yaahowu, Kota Gunungsitoli, seperti yang ditunjukkan oleh hasil Ujian Hipotesis, nilai R Square ialah 0.302 atau 30.2%, yang menunjukkan bahawa pembolehubah lokasi (x_1) mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pembolehubah membuat keputusan harga (Y), manakala nilai R Square (Y) adalah terhadap pembolehubah membuat keputusan (Y), manakala nilai R Square (Y). 0.674 atau 67.4%.
2. Berdasarkan hasil kajian, dapat dilihat bahawa keputusan ujian penentuan memperoleh nilai Adjusted R Square (pekali penentuan) sebanyak 0.727, bermakna pengaruh pembolehubah tidak bersandar atau Pembolehubah Lokasi (X_1) dan harga (X_2) terhadap pembuatan keputusan (Y) ialah 72.2%.
3. Hasil kajian menunjukkan hubungan yang positif pada nilai garis panduan yang tinggi antara Lokasi (X_1) dan harga (X_2) pada pembuatan keputusan (Y) di Pasar Yaahowu di Kota Gunungsitoli, dengan pekali korelasi 0.549 untuk korelasi Lokasi (X_1) pada pembuatan keputusan (Y) dan 0.821 untuk pembolehubah Harga (x_2) pada pembuatan keputusan (Y). Nilai korelasi ini menunjukkan Lokasi dan harga menyumbang secara signifikan kepada pembuatan keputusan di Pasar Yaahowu di Bandar Gunungsitoli.

5.2 Saran

Berdasarkan rumusan daripada hasil kajian, cadangan berikut boleh dibuat:

1. Untuk Penyelidik

Bagi pengkaji selanjutnya, diharap dapat menambah pembolehubah bebas yang lain, untuk mengetahui pembolehubah lain yang boleh mempengaruhi pembolehubah bersandar iaitu pengaruh lokasi dan harga terhadap pengambilan keputusan peniaga serta mengetahui berapa peratus lokasi dan harga mempengaruhi pembuatan keputusan.

2. Untuk Penyewa Kiosk atau Responden

Diharapkan dapat mengetahui strategi pemasaran yang menarik, bermula dari lokasi dan harga yang berpatutan, serta mudah dicapai oleh pengguna seperti di tepi jalan dan tempat awam, syarikat dapat mencapai khalayak yang lebih luas dan meningkatkan keterlihatan produk.

3. Untuk Tempat Penyelidikan

Pasar Ya'ahowu di Bandaraya Gunungsitoli diharap dapat meningkatkan ketelusan harga dengan memberikan penerangan yang jelas berhubung nilai tambah produk yang ditawarkan. Maklumat terperinci tentang kualiti, ciri dan faedah produk akan membantu pengguna berasa lebih yakin dalam keputusan pembelian mereka dan melihat harga sebagai pelaburan yang layak.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, H. (2001). *Tingkah Laku Pengguna: Satu Pendekatan Strategik*. Houghton Mifflin.
- Berman, B., & Evans, JR (2013). *Pengurusan Runcit: Pendekatan Strategik* (edisi ke-12). Pearson.
- Fahmi, I. (2016). *Tingkah Laku Pengguna: Teori dan Aplikasinya dalam Pemasaran*. Bandung: Abjad.
- Iskandar, N. (2020). *Metodologi Penyelidikan Kuantitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Pengurusan Pemasaran Perkhidmatan*. Jakarta: Salemba Empat
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Pemasaran Perkhidmatan: Orang, Teknologi, Strategi* (edisi ke-7). Pearson
- Kotler, P. dan Keller, Kevin L. (2016). *Pengurusan pemasaran*, Edisi ke-15 New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, KL (2016). *Pengurusan Pemasaran*
- McCarthy, JE, & Perreault, WD (1993). *Pemasaran Asas: Pendekatan Pengurusan*. McGraw-Hill.
- Purba, RR (2019). Kesan harga dan kualiti produk terhadap keputusan pembelian telefon pintar Vivo bagi pelajar Fakulti Ekonomi dan Sains Sosial, Universiti Sari Mutiara Indonesia, Medan. *Jurnal Pengurusan Mutiara*, 4(1), 273-284.
- Peter, JP, & Olson, JC (2010). *Gelagat Pengguna & Strategi Pemasaran* (9th ed.). McGraw-Hill.
- Patton, MQ (2015). *Kaedah Penyelidikan & Penilaian Kualitatif* (edisi ke-4). Sage Penerbitan.
- Philip Kotler. (2005). *Pengurusan Pemasaran di Negara Membangun*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Swastha, B. (2000). Pengurusan Pemasaran Moden. Yogyakarta: Liberty.

**PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP PEMBUATAN
KEPUTUSAN PENIAGA DALAM MENYEWA KIOSK
DI PASAR YAAHOWU, BANDARAYA GUNUNGSITOLI**

Identiti Responden

nama :

Jantina :

umur :

Arahan Pengisian

1. Sebelum memberikan jawapan kepada soalan, kami meminta anda mengisi butiran identiti anda terlebih dahulu mengikut borang yang disediakan.
2. Sila sedia memberikan jawapan kepada pernyataan yang diberikan dengan menandakan (✓) salah satu daripada empat lajur .
3. Berikan diri anda penilaian yang jujur dan jujur berdasarkan soalan di bawah dengan menandakan (✓) salah satu daripada lima lajur, dengan maklumat berikut:

Skor 4 = untuk kategori jawapan “Sangat Setuju”

Skor 3 = untuk kategori jawapan “Setuju”

Skor 2 = untuk kategori jawapan “Tidak Setuju”

Skor 1 = untuk kategori jawapan “Sangat Tidak Setuju”

Pembolehubah Lokasi (X1)

Tidakk	Kenyataan	Jawapan Alternatif			
		SS	S	TS	STS
1	Lokasi perniagaan saya strategik supaya kos pengangkutan tidak terlalu tinggi.				
2	Anda tidak perlu mengambil kira kos pengangkutan apabila mengunjungi tempat kami.				
3	Anda merasakan bahawa kedekatan dengan pasaran akan memberi kesan kepada keputusan pengguna.				
4	Adakah anda merasakan bahawa kami harus memberikan maklumat yang jelas tentang lokasi kami?				

5	Adakah anda merasakan keadaan pasaran semasa sangat kompetitif?				
6	Keadaan pasaran semasa sangat mempengaruhi kualiti produk kami.				
7	Adakah anda merasakan keadaan persekitaran semasa mempunyai kesan ke atas keputusan anda?				
8	Pasaran kami mempunyai komitmen yang kuat untuk melindungi alam sekitar.				
9	Produk kami mempunyai ciri keselamatan yang mencukupi.				
10	Kami mengalami masalah berkaitan produk kami				

Harga (X2)

Tidak	Kenyataan	Jawapan Alternatif			
		SS	S	TS	STS
1	Harga produk kami sesuai dengan kualitinya				
2	Saya merasakan bahawa harga produk kami adalah sesuai dengan kualiti produk kami dan sangat berpatutan.				
3	Harga produk yang kami tawarkan adalah bersesuaian dengan kualiti produk yang kami sediakan.				
4	Harga yang kami tawarkan adalah lebih tinggi daripada harga produk yang pesaing tawarkan kepada pengguna lain.				
5	Harga yang kami berikan adalah mengikut kewajaran produk yang diterima oleh pengguna.				
6	Harga sanggup bersaing dengan				

	pemasaran lain				
7	Adakah anda rasa produk yang kami sediakan memenuhi keperluan anda?				
8	Kami menghadapi kesukaran dalam memasarkan produk kami.				
9	Produk yang kami tawarkan kepada pengguna benar-benar membuatkan mereka berpuas hati				
10	Kami telah memenuhi keperluan pelanggan				

Membuat Keputusan (Y)

Tidakk	Kenyataan	Jawapan Alternatif			
		SS	S	TS	STS
1	Kami sentiasa fokus untuk merealisasikan matlamat pelanggan				
2	Matlamat utama kami adalah untuk memasarkan lebih banyak produk yang berguna.				
3	Kami berminat untuk menyewa kiosk di pasar yaahowu sebagai perniagaan.				
4	Kami telah mengikuti maklumat tentang produk atau perkhidmatan kami melalui media sosial.				
5	Maklumat yang kami sampaikan dan sediakan sangat mempengaruhi keputusan pembelian.				
6	Kami mengalami kesukaran mencari maklumat tentang pemasaran kami.				
7	Kami merasakan bahawa beberapa alternatif boleh mempengaruhi pembuatan keputusan pelanggan.				

8	Kami sentiasa mempertimbangkan beberapa alternatif sebelum kami melaksanakan alternatif lain.				
9	Kami berpuas hati dengan keputusan yang kami buat untuk pelanggan kami.				
10	Kami telah memenuhi kehendak pelanggan supaya mereka berasa puas.				

PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEDAGANG DALAM MENYEWA KIOS DI PASAR YA'AHOWU KOTA GUNUNGSITOLI

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsu.ac.id Internet	251 words — 2%
2	skripsistie.files.wordpress.com Internet	199 words — 2%
3	repository.poltekeskupang.ac.id Internet	176 words — 1%
4	lib.unnes.ac.id Internet	146 words — 1%
5	123dok.com Internet	132 words — 1%
6	eprints.polsri.ac.id Internet	132 words — 1%
7	idr.uin-antasari.ac.id Internet	129 words — 1%
8	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet	120 words — 1%
9	eprints.uny.ac.id Internet	117 words — 1%

10	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet	74 words — 1%
11	eprints.unpal.ac.id Internet	72 words — 1%
12	id.123dok.com Internet	56 words — < 1%
13	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet	54 words — < 1%
14	repositori.buddhidharma.ac.id Internet	54 words — < 1%
15	repository.trisakti.ac.id Internet	54 words — < 1%
16	www.scribd.com Internet	52 words — < 1%
17	eprints.walisongo.ac.id Internet	41 words — < 1%
18	etheses.uin-malang.ac.id Internet	41 words — < 1%
19	digilib.uin-suka.ac.id Internet	38 words — < 1%
20	repository.pnb.ac.id Internet	36 words — < 1%
21	repository.radenintan.ac.id Internet	36 words — < 1%

22	repository.stie-mce.ac.id Internet	36 words — < 1%
23	repository.untag-sby.ac.id Internet	36 words — < 1%
24	www.coursehero.com Internet	34 words — < 1%
25	docobook.com Internet	33 words — < 1%
26	digilib.unimed.ac.id Internet	32 words — < 1%
27	studentsrepo.um.edu.my Internet	32 words — < 1%
28	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet	31 words — < 1%
29	repository.uinbanten.ac.id Internet	31 words — < 1%
30	repository.umpalopo.ac.id Internet	31 words — < 1%
31	repository.unika.ac.id Internet	28 words — < 1%
32	eprints.unpam.ac.id Internet	27 words — < 1%
33	www.slideshare.net Internet	27 words — < 1%

repo.darmajaya.ac.id

34	Internet	25 words — < 1%
35	repository.unsil.ac.id Internet	22 words — < 1%
36	repository.iainpalopo.ac.id Internet	22 words — < 1%
37	repository.unpas.ac.id Internet	22 words — < 1%
38	repository.usu.ac.id Internet	21 words — < 1%
39	Eva Marsusanti, Andi Riyanto, Resti Yulistria, Rifa Nurafifah Syabaniah, Rusli Nugraha. "DAMPAK PENDEMI COVID 19 TERHADAP PERUBAHAN SHIFT KERJA DAN KINERJA CLEANING SERVICE", Swabumi, 2021 Crossref	20 words — < 1%
40	repo.iba.ac.id Internet	20 words — < 1%
41	eprints.umm.ac.id Internet	19 words — < 1%
42	repository.its.ac.id Internet	19 words — < 1%
43	repository.umsu.ac.id Internet	19 words — < 1%
44	Suleman - AMIK BSI Tegal, Andrian Eko Widodo - STMIK Nusa Mandiri Jakarta, Alif Qurnia Saputra - AMIK BSI Purwokerto. "PEMBUATAN ALAT PENGUKUR TINGGI	18 words — < 1%

DAN BERAT BADAN BERBASIS MIKROKONTROLLER ATMEGA8", Evolusi : Jurnal Sains dan Manajemen, 2018

Crossref

45	digilib.unila.ac.id Internet	17 words — < 1%
46	docplayer.info Internet	17 words — < 1%
47	repository.iainbengkulu.ac.id Internet	16 words — < 1%
48	repository.pip-semarang.ac.id Internet	16 words — < 1%
49	repository.uin-suska.ac.id Internet	16 words — < 1%
50	repository.ubharajaya.ac.id Internet	15 words — < 1%
51	repository.um-surabaya.ac.id Internet	15 words — < 1%
52	e-journal.uajy.ac.id Internet	14 words — < 1%
53	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet	14 words — < 1%
54	pdfcoffee.com Internet	13 words — < 1%
55	repositori.uin-alaududin.ac.id Internet	13 words — < 1%

56	text-id.123dok.com Internet	13 words — < 1%
57	www.repository.uinjkt.ac.id Internet	13 words — < 1%
58	digilib.uinsby.ac.id Internet	12 words — < 1%
59	mohammadrahmatderise.blogspot.my Internet	12 words — < 1%
60	Mia Saraswati, Fika Aryani. "Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) dan Loan to Deposit Ratio (LDR) Terhadap Return On Assets (ROA) Pada Bank BUMN Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2017", Neraca : Jurnal Akuntansi Terapan, 2020 Crossref	11 words — < 1%
61	eprints.ums.edu.my Internet	11 words — < 1%
62	jurnalnasional.ump.ac.id Internet	11 words — < 1%
63	repository.uhn.ac.id Internet	11 words — < 1%
64	Clinton Kwan Ng, Bornok Situmorang. "ANALISIS PENGARUH DPK, NPL, LDR, CAR DAN BI RATE TERHADAP PENYALURAN KREDIT PADA BANK PERKREDITAN RAKYAT DI KOTA BATAM", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia, 2020 Crossref	10 words — < 1%
65	Ignes Febryliani. "Hubungan Kecemasan Matematika dan Self-Regulated Learning	10 words — < 1%

terhadap Motivasi Siswa Sekolah Menengah Atas dalam Pembelajaran Matematika pada Kelas Virtual", Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika, 2021

Crossref

66	dspace.uui.ac.id Internet	10 words — < 1%
67	eprints.stikesalfatah.ac.id Internet	10 words — < 1%
68	eprints.unpak.ac.id Internet	10 words — < 1%
69	repo.stiemuhcilacap.ac.id Internet	10 words — < 1%
70	Nurhadi Nurhadi, Abdul Azis. "Pengaruh Kinerja Guru dan Pendayagunaan Sumber Belajar terhadap Prestasi Belajar Siswa", PALAPA, 2020 Crossref	9 words — < 1%
71	bpm.uwks.ac.id Internet	9 words — < 1%
72	jurnal.stietribhakti.ac.id Internet	9 words — < 1%
73	repository.upi.edu Internet	9 words — < 1%
74	docplayer.net Internet	8 words — < 1%
75	hijrahwater.blogspot.com Internet	8 words — < 1%

76	journal.stieken.ac.id Internet	8 words — < 1%
77	pdffox.com Internet	8 words — < 1%
78	repositori.uss.ac.id Internet	8 words — < 1%
79	repository.ub.ac.id Internet	8 words — < 1%
80	repository.unsri.ac.id Internet	8 words — < 1%
81	support.google.com Internet	8 words — < 1%
82	www.journals.segce.com Internet	8 words — < 1%
83	Heriyanto, Eddy Soegiarto K, dan Selviana Meikayanti. "PENGARUH PROGRAM DIALOG INTERAKTIF "HALO KALTIM" RADIO REPUBLIK INDONESIA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PENDENGAR", DEDIKASI, 2020 Crossref	6 words — < 1%
84	Veliana Angela, Eristia Lidia Paramita. "PENGARUH LIFESTYLE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN IMPULSE BUYING KONSUMEN SHOPEE GENERASI Z", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020 Crossref	6 words — < 1%
85	Widy Setyawan, Bramantiyo Eko Putro, Marwan Irawan. "Perancangan Model Return Saham Pada Perusahaan Otomotif Yang Go Public", Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri, 2020	6 words — < 1%

EXCLUDE QUOTES	OFF	EXCLUDE SOURCES	OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY	ON	EXCLUDE MATCHES	OFF