

**PENGARUH DAYA BELI MASYARAKAT DAN HARGA JUAL PRODUK
TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR HONGKONG
ACEH TAMIANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

ANNAS TASYIA BALKIS
NIM. 4012017169

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

1443 H / 2022 M

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**PENGARUH DAYA BELI MASYARAKAT DAN HARGA JUAL PRODUK
TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR HONGKONG
ACEH TAMIANG**

Oleh:

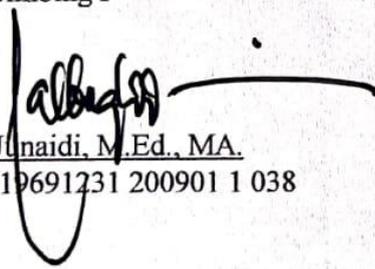
Annas Tasyia Balkis

NIM. 4012017169

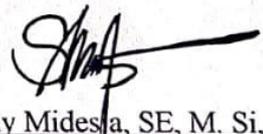
Dapat disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, Januari 2021

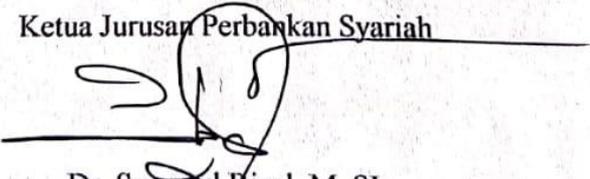
Pembimbing I


Drs. Junaidi, M.Ed., MA.
NIP. 19691231 200901 1 038

Pembimbing II


Shelly Midesja, SE, M. Si, Ak.
NIP. 19901112 201903 2 007

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

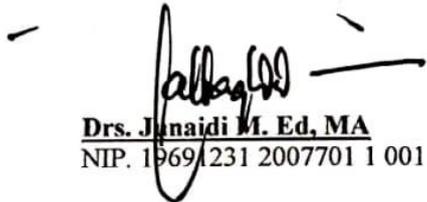

Dr. Syamsul Rizal, M. SI.
NIP: 19781215 200812 1 002

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Daya Beli Masyarakat Dan Harga Jual Produk Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang” an. Annas Tasyia Balkis, NIM 4012017169 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 16 Februari 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, Februari 2022
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

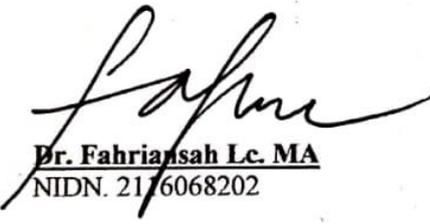
Ketua/Penguji I


Drs. Junaidi M. Ed, MA
NIP. 19691231 2007701 1 001

Sekretaris/Penguji II


Shelly Midesia S.E, M.Si, Ak.
NIP. 19901112 201903 2 007

Penguji III/Anggota

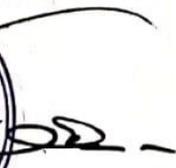

Dr. Fahriansah Lc. MA
NIDN. 2116068202

Penguji IV/Anggota


Chahavu Astina S.E, M.Si
NIP. 19841123 201903 2 007

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN LANGSA




Dr. Askan Budiman, M. CL
NIP. 19650616 199503 1 002

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annas Tasyia Balkis
NIM : 4022017169
Tempat, Tanggal Lahir : Langsa, 29 Juli 1999
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Dusun Ar- Rahman, Kampung Kota Lintang, Kec.
Kota Kualasimpang, Kab. Aceh Tamiang.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Daya Beli Masyarakat dan Harga Jual Produk Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang” benar hasil karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, Januari 2022

Yang membuat pernyataan



Annas Tasyia Balkis

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri”

(QS. Al-Ankabut : 6)

“Allah Mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik”

(HR. Thabrani) “

“Tidak ada rahasia sukses. Itu adalah hasil dari persiapan, kerja keras, dan belajar dari kegagalan”

(Penulis)

Karya ini kupersembahkan untuk:

- Ibunda dan Ayahanda Tercinta
- Adikku Tersayang
- Seluruh Keluargaku
- Teman Seperjuanganku, Sri Rahayu Ningsih
- Teman pendukung, Deva Ismi Nur Ulya, Nafisa Hanum, Susan Nurfatilah, Sintyya Dewi, Nazala Fasya, Rana Zhafirah, Siti Rizka Salfira.
- Keluarga Keduaku Senat Mahasiswa FEBI 2019, Unit 3 (PBS) 2017, dan Almamater Kebanggaanku.

ABSTRAK

Pasar Hongkong, Aceh Tamiang merupakan pasar yang menjual bermacam ragam kebutuhan masyarakat dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan lainnya. Banyak dari masyarakat sekitar Aceh Tamiang yang menjadi pedagang dan bergantung hidup pada pasar ini. Pendapatan pedagang pada dasarnya diukur melalui daya beli masyarakat dan harga jual produk. Setiap pedagang tentunya harus tepat dalam menarik daya beli masyarakat dan menetapkan harga jual produk dengan baik. Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui daya beli masyarakat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang (2) untuk mengetahui harga jual produk berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang (3) untuk mengetahui daya beli masyarakat dan harga jual produk secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dan dikumpulkan data melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 61 orang. Alat analisis data yang digunakan adalah metode asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) daya beli masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang ditunjukkan dengan nilai koefisien pendapatan (X_1) bertanda positif yaitu sebesar 1,117 dan *p-value* kurang dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$). (2) harga jual produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang, ditunjukkan dengan nilai koefisien harga jual produk (X_2) bertanda positif yaitu 0,602 dan *p-value* kurang dari tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dan nilai koefisien determinasi adjusted R Square sebesar 0,365 atau 36,5%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 36,5% pendapatan pedagang dipengaruhi oleh daya beli masyarakat dan harga jual produk sedangkan sisanya 63,5% dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak diteliti. Dalam permasalahan ini seharusnya pedagang lebih berinovasi dan mengatur strategi penjualan agar dapat menarik daya beli masyarakat dan lebih mementingkan kualitas produk atau barang agar dapat menjaga harga jual produknya agar pendapatan pedagang menjadi lebih baik.

Kata Kunci: Daya Beli Masyarakat, Harga Jual Produk, Pendapatan Pedagang.

ABSTRACT

Hong Kong Market, Aceh Tamiang is a market that sells a variety of community needs from basic needs to other needs. Many of the people around Aceh Tamiang are traders and depend on this market for a living. The income of traders is basically measured through the people's purchasing power and the selling price of the product. Every trader must of course be precise in attracting people's purchasing power and setting the selling price of the product properly. This study aims (1) to determine the purchasing power of the community affects the income of traders in the Hong Kong Market, Aceh Tamiang (2) to determine the selling price of the product affects the income of traders in the Hong Kong Market, Aceh Tamiang (3) to determine the people's purchasing power and selling prices. products simultaneously affect the income of traders in the Hong Kong Market, Aceh Tamiang. This research belongs to the type of quantitative research and data is collected through questionnaires. The population in this study were 61 people. The data analysis tool used is the classical assumption method, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results of this study indicate that: (1) people's purchasing power has a positive and significant effect on the income of traders in the Hong Kong Market, Aceh Tamiang as indicated by the value of the income coefficient (X1) which is positive at 1.117 and the p-value is less than the significance level ($0.000 < 0,05$). (2) the selling price of the product has a positive and significant effect on the income of traders in the Hong Kong Market, Aceh Tamiang, as indicated by the coefficient value of the selling price of the product (X2) which is positive, namely 0.602 and the p-value is less than the significance level ($0.000 < 0.05$). And the coefficient of determination adjusted R Square is 0.365 or 36.5%. This value indicates that 36.5% of traders' income is influenced by people's purchasing power and product selling prices, while the remaining 63.5% is influenced by independent variables not examined. In this case, traders should be more innovating and setting sales strategies in order to attract people's purchasing power and more concerned with the quality of products or goods in order to maintain the selling price of their products so that the income of traders is better.

Keywords: *People's Purchasing Power, Product Selling Price, Merchant Income.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul, **“Pengaruh Daya Beli Masyarakat dan Harga Jual Produk Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang”** Dengan baik. Shalawat beserta salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa umat islam menuju alam berilmu pengetahuan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan baik ini, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Basri Ibrahim, M. A., selaku Rektor IAIN langsa.
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M. C. L., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Dr. Syamsul Rizal M. SI. selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Drs. Junaidi, M.Ed, M.A., selaku pembimbing I yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini terselesaikan.
5. Ibu Shelly Midesia, SE.Ak, M.Si Selaku Pembimbing II yang dengan sabar

memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini terselesaikan.

6. Ibu Zikriatul Ulya, S.E., M. Si. Selaku Pembimbing Akademik
Terimakasih atas segala bimbingan yang ditelaah diberikan kepada penulis.
7. Ibu Mastura, M.E.i., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Langsa.
8. Segenap Dosen Pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Program Studi Perbankan Syariah S1 yang telah memberikan bekal berbagai
teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi
peneliti.
9. Segenap Staff TU Prodi Perbankan Syariah dan Staff TU Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang memberi kemudahan administratif
peneliti selama masa perkuliahan.
10. Orang tua tercinta yaitu ayahanda Syafruddin dan Ibunda Nurlina, serta adik
saya Tara Izzati yang telah memberikan dukungan moral dan materil serta
doa kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh pihak yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta masukan
demi selesainya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semua bantuan tersebut peneliti kembalikan kepada Allah SWT, untuk dapat diberikan imbalan berupa pahala yang setimpal dengan besarnya bantuan yang telah diberikan kepada peneliti. Apabila nantinya terdapat kekurangan dan kesilapan dalam penulisan skripsi ini akibat dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti, peneliti terlebih dahulu memohon maaf dan mengharapkan

masukan yang bersifat membangun guna memperbaiki tulisan dan karya ilmiah selanjutnya. Akhir kata, kepada Allah SWT kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak

Wassalam.

Langsa, Januari 2022
Penulis

Annas Tasyia Balkis
NIM. 4012017169

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
SURAT PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah.....	7
1.5. Penjelasan Istilah	8
1.6. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1. Tujuan Penelitian	9
1.6.2. Manfaat Penelitian	9
1.7. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II KAJIAN TEORITIS	12
2.1. Pasar	12
2.2. Pendapatan Pedagang	13
2.2.1 Pengertian Pendapatan Pedagang	13
2.2.2 Indikator Pendapatan pedagang	14
2.2.3 Jenis-Jenis Pendapatan	15
2.3. Daya Beli Masyarakat	15
2.3.1 Pengertian Daya Beli Masyarakat.....	15
2.3.2 Indikator Daya Beli Masyarakat	16
2.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Beli Masyarakat	17
2.3.4 Hubungan Daya Beli Masyarakat Terhadap Pendapatan Pedagang.	18
2.4. Harga Jual Produk	19

2.4.1	Pengertian Harga Jual Produk.....	19
2.4.2	Indikator Harga Jual Produk	20
2.4.3	Tujuan Dari Penetapan Harga Jual Produk.....	21
2.4.4	Hubungan Antara Harga Jual Produk Terhadap Pendapatan Pedagang.....	21
2.5.	Penelitian Sebelumnya.....	22
2.6.	Kerangka Teoritis	30
2.7.	Hipotesa	32
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1.	Pendekatan Penelitian.....	34
3.1.1.	Jenis penelitian	35
3.2.	Lokasi Dan Waktu Penelitian	35
3.3.	Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1.	Populasi	35
3.3.2.	Sampel	36
3.4.	Data Penelitian.....	37
3.4.1.	Data penelitian.....	37
3.5.	Teknik pengumpulan Data.....	37
3.5.1.	Metode Angket atau Kuesioner.....	38
3.6.	Definisi Operasional	39
3.7.	Tekhnik Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
3.7.1.	Uji Validitas	42
3.7.2.	Uji Reabilitas.....	43
3.8.	Teknik Analisis Data.....	43
3.8.1.	Teknik Analisis Deskriptif Statistik Kuantitatif	43
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	44
3.8.2.1.	Uji Normalitas data	44
3.8.2.2.	Uji Multikolinieritas.....	45
3.8.2.3.	Uji Heterokedastisitas	45
3.8.2.4.	Uji Linearitas.....	46
3.9.	Uji Hipotesis	47

3.9.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.9.2. Koefisien Determinan (R ²)	48
3.9.3. Uji Parsial (Uji t)	48
3.9.4. Uji Simultan (Uji F).....	49
BAB IV TEMUAN PENELITIAN	50
4.1 Gambaran Umum Pasar Hongkong, Kualasimpang, Aceh Tamiang.....	50
4.1.2. Analisis Deskriptif Statistik Kuantitatif	52
4.1.2.1 Deskripsi Data Penelitian	52
4.1.3. Analisis Data.....	53
4.1.3.1 Uji Validitas	53
4.1.3.2 Uji Realibilitas.....	55
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	56
4.1.4.1 Uji Normalitas	56
4.1.4.2 Uji Linearitas.....	57
4.1.4.3 Uji Multikolinearitas	58
4.1.4.4 Uji Heterokedastitas	59
4.1.5 Analisis Regresi	60
4.1.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
4.1.5.2 Uji Hipotesis.....	61
4.1.5.2.1. Koefisien Determinasi (R ²)	61
4.1.5.2.2. Uji Signifikansi Parsial (uji t).....	62
4.1.5.2.3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	63
4.2 Interpretasi Hasil Penelitian.....	64
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya.....	22
Tabel 3.1. Definisi Operasional	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Validasi Istrumen Pendapatan	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Harga Jual Produk.....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Validasi Instrumen Daya Beli Masyarakat.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Uji t (Uji Parsial)	62
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan).....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori	31
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Ekonomi ialah ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa.¹ Di zaman modern ini kebutuhan manusia semakin beragam dan semakin meningkat, sehingga mengakibatkan masyarakat kesulitan dalam hal menentukan mana kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier.² Kebutuhan primer ialah kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh manusia, kebutuhan pokok manusia ialah kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan sekunder ialah sebuah kebutuhan penunjang hidup contohnya seperti layanan kesehatan, layanan pendidikan, layanan transportasi umum dan lain-lain. kemudian ialah kebutuhan tersier ialah kebutuhan terhadap barang mewah contohnya seperti perhiasan, rumah mewah, barang-barang branded, dan lain-lain.

Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia tidak bisa sendiri dalam mendapatkan barang yang diinginkan, melainkan dengan mencari atau membeli barang yang diperjual belikan seperti di pasar. Di pasarlah seseorang dapat menemukan berbagai macam kebutuhan yang diperlukan dan disinilah terjadinya kegiatan ekonomi yaitu pedagang yang sibuk menawarkan barang yang dijualnya, dan konsumen membeli barang yang dibutuhkan. Kabupaten Aceh Tamiang ialah salah satu kabupaten di Provinsi Aceh, Indonesia. Kabupaten ini merupakan hasil

¹ Iskandar Putong, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta, Mitra Wacana Media, 2010), h, 3.

² Ahmad Suryana, *Kebijakan Ketahanan Pangan Nasional* (Bogor, BPFE, 2014), h. 111.

pemekaran dari Kabupaten Aceh Timur dan terletak di perbatasan Aceh-Sumatera. Kabupaten ini berada di jalur timur Sumatra yang strategis dan hanya berjarak lebih kurang 250 km dari Kota Medan sehingga akses serta harga barang di kawasan ini relatif lebih murah dari pada daerah Aceh lainnya. Di samping itu, kawasan ini relatif lebih aman semasa GAM (Gerakan Aceh Merdeka) Berjaya dulu. Ketika seruan mogok oleh GAM diberlakukan di seluruh Aceh, hanya kawasan ini (Aceh Tamiang) yang aktivitas ekonominya tetap berjalan dan tetap aman pada saat itu.

Di Aceh Tamiang tepatnya di Kota Kualasimpang terdapat pasar yang menjual bermacam ragam kebutuhan masyarakat dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan lainnya. Nama pasar ini adalah Pasar Hongkong, banyak dari masyarakat sekitar Aceh Tamiang yang bergantung hidup pada pasar ini. Dapat kita ketahui bahwa beberapa tahun belakang ini banyak pedagang yang mengeluh terhadap daya beli masyarakat yang dan harga jual produk yang mengakibatkan pendapatan pedagang pasar tersebut akhir-akhir ini menjadi menurun.

Pendapatan ialah hasil kerja (usaha).³ Pendapatan juga menjadi aspek yang paling utama didalam kehidupan masyarakat disuatu daerah. Tingkat pendapatan pedagang dapat dilihat dari pola konsumsi dari masyarakat daerah itu sendiri, pendapatan pedagang ialah hasil atau pendapatan yang diterima para pedagang dari hasil pembelian barang atau produk dari konsumen.⁴ Dan tujuan dari dijalankannya suatu usaha perdagangan ialah untuk memperoleh pendapatan, dimana pendapatan tersebut dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup

³ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2013), h. 185.

⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014) , h, 69.

dan kelangsungan hidup usaha perdagangan. pendapatan yang pedagang terima ialah dalam bentuk uang. Daya beli masyarakat dan harga jual produk merupakan salah satu faktor utama yang berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dan selalu berubah-ubah di setiap pendapatan. Pendapatan tersebut dapat digunakan sebagai tabungan, penambahan modal usaha, kebutuhan sehari-hari, dan lain-lain.

Daya beli masyarakat ialah suatu kemampuan untuk membeli produk dan jasa yang diinginkan oleh masyarakat yang memiliki pendapatan. Apabila pendapatan tidak mengalami perubahan maka naiknya harga akan menyebabkan pendapatan riil menjadi semakin sedikit.⁵ Maknanya, jika pendapatan masyarakat yang dihasilkan digunakan untuk membeli produk atau jasa menjadi lebih sedikit. Maka naiknya harga dapat menyebabkan pengurangan konsumsi terhadap produk yang akan dibeli. Kemampuan daya beli seseorang juga bisa disimpulkan dengan bagaimana kapasitas konsumen dalam membeli berbagai ragam barang yang diinginkan pada suatu pasar dengan tingkat harga pada pendapatan tertentu dan dalam periode waktu tertentu.

Kemudian hal lain yang mempengaruhi pendapatan pedagang ialah harga jual produk. Harga jual produk ialah indikator mutu produk dan jasa yang akan dikonsumsi.⁶ Harga ialah salah satu faktor terpenting dalam menentukan produk atau jasa yang dibutuhkan dalam kehidupan masyarakat, dapat kita ketahui bahwa apabila produk atau jasa tersebut yang akan dibeli merupakan kebutuhan pokok, maka konsumen sangat memperhatikan harganya. Dalam arti sempit harga jual

⁵ Zarkasi, *Pengaruh Pengangguran Terhadap Daya Beli Masyarakat Kalimantan barat*, (Jurnal Katulistiwa, Volume 4 Nomor 1 Maret 2014), h. 48-49.

⁶ Philip Kotler dan Kevin lane keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga Edisi 13 Jilid 2, 2011), h. 66.

produk ialah jumlah uang yang akan ditagihkan pada suatu produk dan jasa. Dan dalam arti luas harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan dari konsumen untuk produsen dengan imbalan mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa tersebut.⁷ Sebelum memutuskan untuk membeli produk dan jasa, tinggi rendahnya harga jual produk selalu menjadi pertimbangan khusus para konsumen dalam mencari suatu produk dan jasa.

Masalah yang dapat mempengaruhi pendapatan pedagang salah satunya terdapat pada daya beli masyarakat. Daya beli masyarakat pada saat ini menjadi berkurang dikarenakan situasi pandemi Covid-19 yang merambah negara kita saat ini yang berdampak buruk bagi ekonomi masyarakat yang membuat daya beli masyarakat di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang menurun, kemudian karena adanya kebijakan pemerintah untuk membatasi aktifitas termasuk aktifitas ekonomi masyarakat. Pada teorinya daya beli masyarakat ialah kemampuan konsumen dalam membeli produk pada tingkat pendapatan tertentu.⁸ Jadi karena terjadinya situasi pandemi Covid-19 menyebabkan terjadinya penurunan daya beli masyarakat yang mengakibatkan pendapatan pedagang saat ini menurun. Melalui wawancara dengan ibu Yuliana beliau mengatakan bahwa daya beli masyarakat di Pasar Hongkong setahun belakangan ini mengalami penurunan daya beli masyarakat yang mengakibatkan pendapatan para pedagang berkurang, situasi pandemi saat ini menjadikan pendapatan yang rendah dan harga jual produk yang semakin tinggi menjadi faktor berkurangnya daya beli masyarakat.⁹ Seharusnya,

⁷ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak, 2015), h. 257.

⁸ Iskandar Putong, *Pengantar Mikro dan Makro*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), h. 32.

⁹ Yuliana, Pedagang kerudung di Pasar Hongkong, Wawancara di Pasar Hongkong,

Masyarakat dengan daya beli yang rendah atau pendapatannya relatif kecil cenderung mengkonsumsi produk yang relatif murah dengan jumlah yang relatif sedikit agar dapat memenuhi kebutuhannya, dikarenakan sumber dayanya terbatas.

Selanjutnya setelah daya beli masyarakat yang membuat pendapatan pedagang menurun ialah harga jual produk yang relatif tinggi, padahal kebutuhan konsumsi mereka semakin meningkat. Harga jual produk yang relatif tinggi akhir-akhir ini membuat pedagang di Pasar Hongkong merasa khawatir dengan produk yang mereka jual. Pada teorinya, harga jual produk ialah sejumlah harga yang dibebankan kepada konsumen yang dihitung dari biaya produksi dan biaya lain di luar produksi dan promosi.¹⁰ Namun faktanya pedagang mengalami kekhawatiran terhadap naiknya harga jual produk yang mengakibatkan masyarakat mengurangi daya beli mereka, alih-alih dengan beredarnya kabar bahwa pemerintah akan memunculkan opsi terkait tarif pajak pertambahan nilai (PPN) atas barang atau jasa dalam peredarannya pada tanggal 1 Maret 2021 dari produsen ke konsumen 10%-12%. Dalam wawancara dengan ibu Wulandari mengatakan bahwa harga jual produk saat ini menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian suatu produk atau barang, kebanyakan dari konsumen hanya membeli kebutuhan pokok saja.¹¹ Seharusnya, dalam permasalahan ini para pedagang di Pasar Hongkong penting untuk menentukan harga yang tepat, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. karena dalam menentukan

tanggal 5 Juni 2021.

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin lane keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga Edisi 13 Jilid 2, 2011), h. 76.

¹¹ Wulandari, Pedagang accecoris di Pasar Hongkong, Wawancara di Pasar Hongkong, Pada Tanggal 5 Juni 2021.

harga jual produk yang tepat yang akan mendorong daya beli masyarakat untuk membeli produk atau barang yang akan dibeli pada pedagang tersebut.

Masalah lain juga terdapat pada pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh tamiang. Pada teorinya tinggi rendahnya pendapatan dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat.¹² Dapat diketahui bahwa banyak pedagang yang mengeluh terhadap pendapatannya yang jauh berbeda dikarenakan situasi pandemi Covid-19 yang melanda negara kita saat ini. Namun ada beberapa pedagang yang pendapatannya menetap tetapi kebanyakan pendapatan pedagang menurun, seperti pedagang yang menjual pakaian, peralatan rumah tangga, kosmetik, dan lain-lain. Dalam wawancara dengan ibu Syamsiah, beliau mengaku dagangannya sepi pembeli bahkan dalam sehari pendapatannya tidak menentu dan mengatakan bahwa pendapatan sekarang hanya dapat menutupi modal dan membayar gaji pegawai saja.¹³ Dalam permasalahan ini seharusnya pedagang lebih berinovasi dalam berdagang dan mengatur strategi penjualan agar dapat menarik pembeli seperti masuk kedalam ekosistem digital. Kemudian, dari paparan latar belakang di atas. Maka peneliti mengambil judul, **“PENGARUH DAYA BELI MASYARAKAT DAN HARGA JUAL PRODUK TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR HONGKONG, ACEH TAMIANG”**.

¹² Michael James, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga* (Jakarta: Ghalia, 2011), h. 49.

¹³ Syamsiah, Pedagang Pakaian Wanita di Pasar Hongkong, Wawancara di Pasar Hongkong, tanggal 5 Juni 2021

1.2. Identifikasi Masalah

Penelitian ini ingin meneliti beberapa hal yang terkait permasalahan di atas yaitu:

1. Daya beli masyarakat di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang pada saat ini menurun disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang membuat berdampak buruk bagi ekonomi masyarakat.
2. Harga jual produk yang relatif tinggi membuat pedagang di Pasar Hongkong, merasa khawatir dengan produk yang mereka jual yang mengakibatkan masyarakat mengurangi daya beli mereka.
3. Pendapatan pedagang yang mengalami penurunan dikarenakan daya beli masyarakat yang berkurang dan kenaikan pada produk yang mereka jual. Sehingga berdampak tidak baik terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.

1.3. Batasan Masalah

Mengingat begitu banyak permasalahan yang harus di atasi, agar penelitian ini dapat membahas lebih tuntas dan dapat mencapai sasaran yang diharapkan, perlu adanya batasan masalah. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, peneliti lebih memfokuskan pada pengaruh daya beli masyarakat dan harga jual produk terhadap pendapatan pedagang di pasar Hongkong, Aceh Tamiang.

1.4. Rumusan Masalah

1. Apakah daya beli masyarakat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh tamiang?
2. Apakah harga jual produk berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di

Pasar Hongkong, Aceh Tamiang?

3. Apakah daya beli masyarakat dan harga jual produk secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang?

1.5. Penjelasan Istilah

1. Daya Beli Masyarakat

Daya beli masyarakat adalah kekuatan untuk membeli barang atau jasa oleh masyarakat untuk kebutuhan dirinya dan keluarganya pada tingkat pendapatan tertentu.¹⁴

2. Harga Jual Produk

Harga jual produk adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.¹⁵

3. Pendapatan Pedagang

Pendapatan pedagang adalah hasil atau pendapatan yang diterima pedagang dari kegiatan berdagang yang diukur dalam satuan rupiah.¹⁶

¹⁴ Iskandar Putong, *Pengantar Mikro dan Makro*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), h. 32.

¹⁵ Philip Kotler dan Kevin lane keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga Edisi 13 Jilid 2, 2011), h. 76.

¹⁶ AA. Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku konsumen*, (Bandung: PT Refika Aditama:2012), h, 204-205.

1.6. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.6.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yang ingin dicapai pada penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui daya beli masyarakat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.
2. Untuk mengetahui harga jual produk berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.
3. Untuk mengetahui daya beli masyarakat dan harga jual produk secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.

1.6.2. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis
 - a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk memperkaya ilmu pengetahuan serta dapat menjadi referensi di kalangan akademis maupun non akademis.
 - b. Sebagai bahan sumber acuan dan pertimbangan bagi peneliti khususnya bagi masyarakat yang berpendapatan diatas rata-rata.
2. Secara praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang kehidupan sosial masyarakat atau gaya hidup saat pendapatan bertambah.
 - b. Penelitian ini dapat digunakan untuk menjadi referensi penelitian selanjutnya serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh daya beli

masyarakat dan harga jual produk terhadap pendapatan pedagang.

1.7. Sistematika Pembahasan

Untuk memudah pemahaman, maka penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan buku pedoman skripsi. Sistematika penelitian ini berisi tentang keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian:

BAB I PENDAHULUAN : Bab ini memuat latar belakang yang dapat memberikan penjelasan dari pembahasan yang diteliti. Serta dapat berfungsi sebagai pengarah peneliti agar tidak melebar dan untuk memperjelas peneliti memaparkan indentifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, penjelasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian, dilanjutkan dengan sistematika pembahasan yang ditampilkan agar pembaca mudah membaca sudut pandang penulis.

BAB II KAJIAN TEORITIS : Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum dan pendekatan teori-teori pengetahuan yang membahas tentang pendapatan dan harga jual produk terhadap daya beli masyarakat. Kemudian didalam bab ini terdapat penelitian sebelumnya, kerangka teoritis, dan hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN : Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian yang ditinjau dari eksplanasinya. Dan juga bab ini menjelaskan lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional, dan tehnik analisa data.

BAB IV TEMUAN PENELITIAN : Bab ini akan menampilkan Gambaran umum Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Kemudian deskripsi data penelitian, uji persyaratan analisis, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan

interpretasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP : Bab ini berisi hasil penelitian yang telah dibahas. Menjelaskan temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian. Dan kemudian berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

2.1. Pasar

Pasar merupakan sebuah tempat yang terbuka dimana terjadi proses transaksi jual beli dan tawar-menawar. Di pasar pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, namun pengunjung bisa menjadi penjual, bahkan setiap orang bisa menjual dagangannya di pasar. Pasar juga merupakan sektor perekonomian yang sangat penting bagi mayoritas penduduk di Indonesia. Masyarakat yang bergantung kehidupannya pada pasar tidak sedikit, menjadi pedagang di pasar merupakan alternatif pekerjaan di tengah banyaknya pengangguran di Indonesia.¹⁷ Dalam bidang ekonomi, pasar tidak diartikan sebagai tempat, namun lebih mengutamakan pada kegiatan jual beli tersebut. Tidak hanya itu pasar juga merupakan penunjang peningkatan anggaran pendapatan daerah. Sehingga keberadaan pasar dalam lingkungan masyarakat sangat dibutuhkan baik itu pasar tradisional maupun pasar modern.

Di Aceh Tamiang terdapat pasar yang menjual bermacam ragam kebutuhan masyarakat dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan lainnya. Nama pasar ini adalah Pasar Hongkong. Banyak dari masyarakat sekitar Aceh Tamiang yang bergantung hidup pada pasar ini. Pasar Hongkong merupakan salah satu pasar yang paling berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi masyarakat Aceh Tamiang, pasar ini merupakan pusat pasar segala kebutuhan.

¹⁷ Masitoh, *Upaya Menjaga Esistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*, Jurnal PMI Vol. X. No. 2.

2.2. Pendapatan Pedagang

2.2.1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan mempunyai makna dari bermacam-macam pengertian tergantung bagaimana cara kita memilih untuk meninjau dan mengetahui bagaimana pengertian pendapatan tersebut. Pendapatan merupakan hasil dari kegiatan-kegiatan perusahaan ataupun industri dalam suatu periode tertentu baik harian, mingguan, bulanan maupun periode tahunan. Pendapatan pada dasarnya diperoleh dari hasil penjualan produk atau jasa yang diberikan. Pendapatan ialah hasil kerja (usaha atau sebagainya).¹⁸ Pendapatan merupakan faktor penting bagi kelangsungan hidup suatu usaha, kemampuan suatu usaha untuk membiayai semua kegiatan yang mendukung kelanjutan suatu usaha sangat berpengaruh dengan seberapa besar pendapatan usaha tersebut diperoleh.¹⁹

pendapatan merupakan uang bagi sejumlah pelaku usaha atau pedagang yang diterima oleh suatu usaha dari konsumen sebagai hasil dari proses penjualan produk atau barang dilakukan untuk mencari nafkah. Pendapatan pada umumnya berbentuk uang. Pendapatan dapat disebut juga disebut dengan keuntungan ekonomi yang merupakan pendapatan total yang diperoleh pemilik usaha setelah dikurangi biaya produksi.²⁰ pendapatan dapat juga disebut sebagai *income* dari seseorang yang diperoleh dari hasil transaksi jual beli dan pendapatan diperoleh apabila terjadi transaksi antara pedagang dengan pembeli dalam suatu kesepakatan

¹⁸ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta, Balai Pustaka, 2013), h. 185.

¹⁹ Farida Purwaningsih, *Pengaruh Tabungan Mudharabah Pembiayaan Mudharabah Masyarakat dan Pendapatan Operasional Lainnya Terhadap Laba*, (Jawa Timur, An-nisbah, 2016), h. 22.

²⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 72.

harga bersama.²¹

2.2.2. Indikator Pendapatan Pedagang

Pada umumnya terdapat tiga indikator dalam menentukan pendapatan pedagang yakni:²²

1. Modal Usaha

Modal usaha merupakan bentuk kekayaan yang digunakan untuk memproses produksi langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah pendapatan. Modal usaha ini berupa uang atau tenaga kerja (keahlian).

2. Lama Usaha

Lamanya pembukaan suatu usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan dan kemampuan profesionalnya, maksudnya lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan meningkatkan kemampuan dalam melaksanakan usaha tersebut serta mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi pada penjualan dan pengetahuan tentang selera dan perilaku konsumen semakin meningkat.

3. Jam Kerja Pedagang

jam kerja pedagang merupakan jangka waktu yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha. jam kerja pedagang ialah waktu yang digunakan oleh pedagang pasar dalam menjual barang dagangannya setiap harinya. hubungan jam kerja pedagang dengan pendapatan ialah bekerja berarti menghasilkan

²¹ AA. Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku konsumen*, (Bandung: PT Refika Aditama:2012), h, 204-205.

²² Kuswadi, *Pencatatan Keuangan Usaha Dagang Untuk Orang-Orang Awam*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2005), h, 45.

upah yang selanjutnya akan meningkatkan pendapatan.

2.2.3. Jenis-Jenis Pendapatan

Dilihat dari jumlah pendapatan dan waktu penerimaan pendapatan, maka pendapatan yang diterima digolongkan menjadi 2 yaitu:²³

1. Pendapatan Tetap

Pendapatan tetap ialah pendapatan yang diterima secara rutin menurut kadar periodenya. Periode dalam penerimaannya bisa dalam harian, mingguan, bulanan, dan tahunan.

2. Pendapatan Tidak Tetap

Pendapatan tidak tetap ialah pendapatan yang diterima dengan alur arus kas yang diterima tetapi tidak tetap setiap periode ataupun jumlahnya. Contohnya seperti komisi, bonus, tunjangan dan lain-lain.

Maka dalam penelitian ini pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang termasuk dalam pendapatan tetap, dikarenakan pendapatan pedagang penerimaannya periodenya dalam bentuk harian.

2.3. Daya Beli Masyarakat

2.3.1. Pengertian Daya Beli Masyarakat

Menurut kamus besar bahasa Indonesia daya beli terbagi menjadi dua suku kata yaitu daya dan beli. Daya adalah kemampuan melakukan sesuatu atau bertindak dan beli adalah memperoleh sesuatu melalui pertukaran (pembayaran) dengan uang.²⁴ Daya beli ialah suatu kemampuan seseorang, keluarga, ataupun masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam

²³ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama Cetakan Kelima*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h, 46.

²⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2010, h.163

mengonsumsi produk dan jasa. Daya beli ialah suatu keinginan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu.²⁵ Kemampuan daya beli seseorang juga bisa disimpulkan dengan bagaimana kapasitas konsumen dalam membeli berbagai ragam barang yang diinginkan pada suatu pasar dengan tingkat harga pada pendapatan tertentu dan dalam periode waktu tertentu.

2.3.2. Indikator Daya Beli Masyarakat

Dalam pembelian suatu produk dan jasa, setiap permintaan masyarakat atau individu terhadap produk dan jasa dapat di tentukan oleh beberapa indikator penting daya beli masyarakat, indikator-indikator penting antara lain:²⁶

1. Tingkat Pendapatan Masyarakat

Tingkat pendapatan masyarakat merupakan indikator yang paling berpengaruh pada daya beli masyarakat, makin tinggi pendapatan seseorang dalam suatu usahanya maka semakin tinggi pula daya beli. Maka apabila pendapatan dari pedagang tersebut tinggi maka akan disusul dengan daya pembelian stok yang tinggi.

2. Perubahan Harga Barang

Perubahan harga barang merupakan salah satu indikator daya beli masyarakat. Jika harga naik maka daya beli masyarakat cenderung menurun dan apabila harga barang menurun maka daya beli konsumen akan naik.

²⁵ Pratama Rahardja, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikro ekonomi dan Makro ekonomi)*, (Jakarta:Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2018), h. 24.

²⁶ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2013), h, 76.

3. Kondisi pasar

Kondisi pasar merupakan indikator yang mempengaruhi kegiatan dalam transaksi jual beli sebagai kelompok pembeli dan penjual. Kondisi pasar dalam daya beli pedagang akan berpengaruh baik apabila kondisi pasar baik dan begitu pula sebaliknya.

2.3.3. Faktor Yang Mempengaruhi Daya Beli Masyarakat

Ada beberapa faktor yang akan mempengaruhi daya beli masyarakat, yaitu:²⁷

1. Pendapatan

Pendapatan ialah salah satu faktor terpenting untuk melakukan daya beli terhadap suatu produk dan jasa. Jadi semakin tinggi pendapatan yang dihasilkan seseorang, maka semakin beragam daya beli yang harus dipenuhi. Pendapatan dapat diartikan sebagai sejumlah total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu, pendapatan juga imbalan yang diterima oleh salah seorang konsumen dari pekerjaan atau kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mencari nafkah. Pendapatan pada umumnya berbentuk uang.

2. Harga Jual Produk

Harga jual produk ialah faktor kedua selain pendapatan yang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat. Sebelum memutuskan untuk membeli atau mengkonsumsi produk dan jasa, tinggi rendahnya harga selalu menjadi pertimbangan khusus parakonsumen dalam mencari suatu produk dan jasa. Dapat dilihat dari kebiasaan konsumen dalam membeli produk dan jasa, penetapan harga

²⁷ Supawi Pawenang, *Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis*, (Surakarta: Program Pascasarjana, UNIBA, 2016).

jual produk yang baik ialah strategi yang paling berpengaruh pada penjualan atau pemasaran yang akan ditawarkan. Maka daya beli masyarakatpun semakin meningkat.

3. Tingkat Kebutuhan

Tingkat kebutuhan termasuk faktor ketiga dan kebutuhan setiap orang berbeda-beda, maka biasanya masyarakat yang tinggal di kota cenderung daya beli masyarakatnya akan lebih tinggi dibandingkan dengan yang tinggal di desa.

4. Tingkat Pendidikan

Makin tinggi pendidikan seseorang makin tinggi pula kebutuhan yang ingin di penuhi. Contohnya seperti seorang sarjana yang membutuhkan laptop dibandingkan dengan seseorang yang lulusan sekolah dasar.

2.3.4. Hubungan Daya Beli Masyarakat Terhadap Pendapatan Pedagang

Pernyataan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel daya beli masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh tamiang. Besaran pengaruh langsung daya beli masyarakat terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang adalah 1,117. Nilai signifikan untuk pendapatan sebesar $0,000 < 0,05$ hasil penelitian menunjukkan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya beli masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Dengan demikian daya beli masyarakat berbanding lurus dengan pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Semakin tinggi daya beli masyarakat maka akan semakin tinggi pula pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh tamiang.

2.4. Harga Jual Produk

2.4.1. Pengertian Harga Jual Produk

Harga jual produk ialah sesuatu yang memiliki nilai dan harus direlakan produsen untuk mendapatkan hasil serta memperoleh produk dan jasa. Hal ini mencakup biaya-biaya transaksi dan saldo minimum kompensasi, di tambah dengan persentase laba yang diinginkan karena itu jika ingin mencapai laba yang diinginkan salah satu caranya ialah dengan melakukan menarik minat konsumen ialah dengan cara menentukan harga jual produk yang tepat untuk produk yang dijual.²⁸ Harga jual produk yang tepat ialah harga yang sesuai dengan kualitas produk atau barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Harga jual produk memiliki dua fungsi yaitu, sarana untuk memenangkan persaingan pasar dan harga ialah sumber keuntungan perusahaan. Dan didalam perdagangan salah satu keputusan yang tersulit ialah pada penetapan harga jual produk. Walaupun penetapan harga jual produk di pedagang manapun itu sama yaitu didasari faktor pada biaya, persaingan, permintaan, dan laba. Akan tetapi gabungan yang optimal dari beberapa faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produk, pasarnya, dan tujuan dagang. Harga jual produk umumnya didasari dengan permintaan dan penawaran di pasar. Keputusan dalam menentukan harga jual produk salah satu yang sangat penting, dikarenakan biaya bukan satu-satunya faktor dalam menentukan harga jual produk meliputi dengan beberapa faktor lainnya.

²⁸ Philip Kotler dan Kevin lane keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga Edisi 13 Jilid 2, 2011), h. 77.

2.4.2. Indikator Harga Jual Produk

Umumnya untuk mengetahui bagaimana cara mengukur harga perlu memiliki beberapa indikator antara lain:²⁹

1. Keterjangkauan Harga

Keterjangkauan harga ialah keterjangkauan harga yang ditawarkan produsen kepada konsumen. Keterjangkauan harga merupakan indikator yang mana konsumen dapat menyesuaikan harga yang ditawarkan produsen dengan pendapatan konsumen.

2. Kompetitifan Harga

Kompetitifan harga ialah harga pedagang satu bersaing dengan pedagang yang lain. Kompetitifan harga ini merupakan indikator yang sangat berdampak kepada kewajaran harga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih harga.

3. Harga Sesuai Dengan Kualitas

Kesesuaian harga dengan kualitas juga indikator yang sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen dapat menyebabkan konsumen memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang dimilikinya.

4. Harga Sesuai Dengan Manfaat

Kesesuaian harga dengan manfaat ialah indikator yang sangat menentukan pada kepuasan konsumen terhadap manfaat pada barang tersebut. Kesesuaian harga dengan manfaat ini juga dapat menyeimbangkan konsumsi konsumen.

²⁹ Fure, *Lokasi Keberagaman Produk Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*, (Jurnal: EMBA, 2013), h, 273.

2.4.3. Tujuan Dari Penetapan Harga Jual Produk

Umumnya penjual mempunyai beberapa tujuan dalam menetapkan harga pada produknya. Tujuannya penetapan harga ialah:³⁰

1. Mendapatkan laba maksimal.
2. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih.
3. Mencegah atau mengurangi persaingan
4. Mempertahankan atau memperbaiki market share.

Harga juga merupakan faktor penentu konsumen dalam penentu konsumen dalam menentukan keputusan dalam memilih atau membeli suatu produk atau jasa.³¹ Dan apabila produk atau jasa yang akan dibeli tersebut merupakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, dan kebutuhan pokok lainnya, konsumen akan sangat memperhatikan harga barang tersebut.

2.4.4. Hubungan Harga Jual produk Terhadap Pendapatan Pedagang

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel harga jual produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Besaran pengaruh langsung harga jual produk terhadap terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang adalah 0,602. Nilai signifikan untuk harga jual produk sebesar $0,000 < 0,05$, hasil penelitian menunjukkan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga jual produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di

³⁰ Puryono dan Tri Yuniati, *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD Glagah Wangi Di Magetan*, *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 11, 2014, h, 4.

³¹ Septhani Rebeka Larosa dan Y. Sugianto, *Analisis Pengeruh Harga, Kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Warung-warung makan di sekitar simpang lima Semarang, 2011)* h, 6.

Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Harga jual produk ialah faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang karena semakin tinggi harga jual produk maka permintaan akan produk atau barang akan menurun dan akan berpengaruh besar karena konsumen akan tetap membeli barang atau produk walaupun harga barang atau produk tersebut sedang tinggi.

2.5. Penelitian Sebelumnya

pada pendapatan pedagang. tetapi pada kondisi tertentu pendapatan akan semakin

Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya

NO	Penelitian Terdahulu	Tahun	Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Putra, Adi Trisma	2021	Pengaruh Daya Beli Masyarakat Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Inpres Painan Selama Pandemi Covid-19	Perbedaan penelitian ini adalah penelitian ini meneliti terhadap pendapatan Pasar Inpres Painan selama pandemi Covid-19. sedangkan penelitian saya pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.	Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama merupakan penelitian kuantitatif dan meneliti tentang untuk mengetahui pengaruh daya beli masyarakat terhadap pendapatan pedagang.
2	Wayan Ari Santi, Iyus Akhmad Haris, I Nyoman Sujana	2017	Pengaruh Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan UD. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung	Perbedaan dari penelitian ini ialah penelitian ini meneliti terhadap pengaruh harga jual terhadap pendapatan UD. Broiler Putra. Sedangkan penelitian saya pendapatan pedagang di Pasar Hongkong,	Persamaan pada penelitian ini ialah menggunakan penelitian kuantitatif, meneliti tentang untuk mengetahui pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan

			Pada Tahun 2015-2017	Aceh Tamiang.	pedagang.
3	Nur Huriyandah	2020	Pengaruh volume penjualan, harga jual dan jumlah jenis bunga terhadap pendapatan pedagang kios bunga potong di Pasar Bunga Rawa Belong, Jakarta Barat	Perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian ini meneliti terhadap pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan pedagang di Pasar Bunga Rawa Belong, Jakarta Barat. sedangkan penelitian saya pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.	Persamaan dari Penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan meneliti tentang untuk mengetahui pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan pedagang.
4	Andre Febriantoni	2019	Pengaruh Harga Barang dan Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pasar Bambu Kuning Trade Center Bander Lampung)	Perbedaan pada penelitian ini ialah meneliti pengaruh harga barang pada Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung. sedangkan penelitian saya pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.	Persamaannya ialah menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan meneliti tentang untuk mengetahui pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan pedagang.

5	Muhammad Ichsan Rahman	2013	Pengaruh Volume Penjualan Bunga dan Harga Jual Bunga Terhadap Pendapatan Pedagang Bunga di Unit Pelaksana Teknis UPT Pusat Promosi dan Pemasaran Hortikultura P3H Pasar Bunga Rawa Belong Jakarta Barat.	Perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian ini meneliti pada Pendapatan Pedagang Bunga di Unit Pelaksana Teknis UPT Pusat Promosi dan Pemasaran Hortikultura P3H Pasar Bunga Rawa Belong Jakarta Barat. sedangkan penelitian saya pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.	Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dan meneliti tentang untuk mengetahui pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan pedagang.
---	------------------------	------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. **Putra, Adi Trisma (2021)** penelitian ini berjudul **Pengaruh Daya Beli Masyarakat Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Inpres Painan Selama Pandemi Covid-19**. Tujuan dari penelitian ini ialah bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari daya beli masyarakat terhadap pendapatan pedagang di pasar Inpres Painan selama pandemi covid-19. Jenis penelitian ialah studi lapangan dengan menggunakan data primer dan responden nya ialah 60 pedagang di pasar inpres painan yang melakukan aktifitas berdagang selama masa pandemi COVID-19 (Maret- Juli 2020) . Metode analisa data dengan menggunakan rumus daya beli / PPP (Purchasing Power Parity). Variabel yang diamati dalam pendapatan, laba, kenaikan harga dan daya beli kemudian data di laukan uji asumsi klasik dilanjutkan dengan analisa regresi berganda dan uji chi square. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil regresi, variabel yang memiliki pengaruh signifikan ialah pendapatan, persentase kenaikan harga dan konsumsi dengan

tingkat signifikan < 0.05 . Dengan model regresi $Y = 6,779 + 0,539X_1 - 3,929X_2 - 1,428X_3 + 0,123 + e$. Hasil pengujian t dan uji f ialah pendapatan, kenaikan harga, & konsumsi berpengaruh signifikan secara gabungan terhadap daya beli konsumen. Namun, hasil uji chi square menunjukkan bahwa kondisi sebelum-sesudah covid-19 terdapat hubungan (signifikan) dengan kenaikan harga, namun tidak terdapat hubungan dengan pendapatan, konsumsi, dan daya beli konsumen.³² Perbedaan pada penelitian ini ialah ini adalah penelitian ini meneliti terhadap pendapatan Pasar Inpres Painan selama pandemi Covid-19 dan menggunakan 3 variabel independen sedangkan penelitian saya pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang dan menggunakan 2 variabel independen.

2. **Ni Wayan Ari Santi, Iyus Akhmad Haris, I Nyoman Sujana (2017)** penelitian ini berjudul **Pengaruh Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan UD. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada Tahun 2015-2017**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga jual dan volume penjualan terhadap pendapatan UD. Broiler Putra baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kausal. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial harga jual terhadap pendapatan UD. Broiler Putra, yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 6,104, dan nilai signifikan uji t sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari

³² Putra dan Adi Trisma, *Pengaruh Daya Beli Masyarakat Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Inpres Painan Selama Pandemi Covid-19*. Di akses dari <http://scholar.unand.ac.id/81251/> pada tanggal 18 Februari 2022 pukul 10:00 WIB.

0,05 atau $\alpha = 5\%$, ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial volume penjualan terhadap pendapatan UD. Broiler Putra, yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 24,035, dan nilai signifikan uji t sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 atau $\alpha = 5\%$, ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan harga jual dan volume penjualan terhadap pendapatan UD. Broiler Putra, yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 766,870. Dan nilai signifikan uji F sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 atau $\alpha = 5\%$.³³ Perbedaan dari penelitian ini ialah penelitian ini meneliti terhadap pengaruh harga jual terhadap pendapatan UD. Broiler Putra. Sedangkan penelitian saya pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Persamaan pada penelitian ini ialah menggunakan penelitian kuantitatif, meneliti tentang untuk mengetahui pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan pedagang.

3. **Nur Huriyandah (2020)** penelitian ini berjudul **Pengaruh volume penjualan, harga jual dan jumlah jenis bunga terhadap pendapatan pedagang kios bunga potong di Pasar Bunga Rawa Belong, Jakarta Barat**. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui karakteristik pedagang dan besar volume penjualan, harga jual, jumlah jenis bunga dan pendapatan pedagang kios bunga potong (2) untuk menganalisis pengaruh yang ditimbulkan dari volume penjualan, harga jual dan jumlah jenis bunga terhadap pendapatan pedagang kios bunga potong (3) dan untuk menganalisis sensitivitas jumlah jenis bunga terhadap pendapatan pedagang kios bunga potong. Dari hasil pengolahan data diperoleh

³³ Ni Wayan Ari Santi, Iyus Akhmad Haris, I Nyoman Sujana, *Pengaruh Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan UD. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada Tahun 2015-2017*, diakses dari <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/20090>, pada tanggal 18 Februari 2022 pukul 10:20 WIB.

persamaan regresi $Y = -57220431.407 + 7105.565X_1 + 1341.385X_2 - 2428398.684X_3$ dengan thitung pada volume penjualan = 16,164 > ttabel (2,032) sehingga tolak H_{01} thitung pada harga jual = 5,806 > ttabel (2,032) sehingga tolak H_{02} dan thitung pada jumlah jenis bunga = -2,868 > ttabel (-2,032) sehingga terima H_{03} sedangkan F_{hitung} (457,812) > F_{tabel} (2,89) sehingga tolak H_{04} . Koefisien korelasi bernilai 0,988 dan koefisien determinasi bernilai 0,974 yang berarti volume penjualan, harga jual dan jumlah jenis bunga memiliki pengaruh yang kuat terhadap pendapatan pedagang kios. Berdasarkan nilai sensitivitas jumlah jenis bunga terhadap pendapatan pedagang kios diperoleh nilai elastisitas sebesar -0,262.³⁴ Perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian ini meneliti terhadap pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan pedagang di Pasar Bunga Rawa Belong, Jakarta Barat. sedangkan penelitian saya pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Persamaan dari Penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan meneliti tentang untuk mengetahui pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan pedagang

4. **Andre Febriantoni (2019)** penelitian ini berjudul **Pengaruh Harga Barang dan Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung)**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga barang dan modal secara simultan berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dalam perspektif islam. deskriptif analisis sumber data primer wawancara dan data sekunder yang relevan dengan

³⁴ Nur Huriyandah, *Pengaruh volume penjualan, harga jual dan jumlah jenis bunga terhadap pendapatan pedagang kios bunga potong di Pasar Bunga Rawa Belong, Jakarta Barat*, diakses dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/53755>, pada tanggal 18 februari 2022 pukul 11:00 WIB.

penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, Angket/Kuesioner, Wawancara, Dokumentasi. Adapun analisis data melalui analisis kuantitatif dengan pendekatan berfikir deduktif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, bahwa harga dapat dilihat dari T hitung variabel Harga barang (X1) berpengaruh tidak signifikan, harga barang tidak memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang. Oleh karena itu harga barang berpengaruh tidak berpengaruh terhadap pendapatan, karena tidak semua konsumen membeli suatu barang berdasarkan harga. Harga murah belum tentu konsumen tertarik, karena setiap konsumen memiliki daya tarik yang berbeda-beda, baik dari segi kualitas barang, merek barang. Dari hasil analisis bahwa dari nilai T hitung bahwa variable (X2) yakni Modal berpengaruh signifikan yakni memiliki kontribusi terhadap pendapatan pedagang. Pengaruh harga barang dan modal secara simultan terhadap pendapatan pedagang. Dari hasil uji regresi berganda diketahui bahwa variable harga barang dan modal berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung.³⁵ Perbedaan pada penelitian ini ialah meneliti pengaruh harga barang pada Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung. Sedangkan penelitian saya pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Persamaannya ialah menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan meneliti tentang untuk mengetahui pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan pedagang.

³⁵ Andre Febriantoni, *Pengaruh Harga Barang dan Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung)*. Diakses dari <http://repository.radenintan.ac.id/8433/1/SKRIPSI.pdf> pada tanggal 18 Februari 2022, pukul 11:20 WIB.

5. Muhammad Ichsan Rahman (2013) penelitian ini berjudul **Pengaruh Volume Penjualan Bunga dan Harga Jual Bunga Terhadap Pendapatan Pedagang Bunga di Unit Pelaksana Teknis UPT Pusat Promosi dan Pemasaran Hortikultura P3H Pasar Bunga Rawa Belong Jakarta Barat**. Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari tahu besar volume penjualan, harga jual serta Pendapatan pedagang bunga di UPT P3H Pasar Bunga Rawa Belong, dan menganalisis seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan dari volume penjualan, dan harga jual terhadap pendapatan pedagang bunga potong. Penelitian ini dilakukan di UPT P3H Pasar Bunga Rawa Belong dengan populasi pedagang bunga 112 orang dan sampel berjumlah 28 orang. Sedangkan alat analisis data menggunakan Regresi Berganda dengan bantuan software SPSS untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS diperoleh persamaan regresi $Y = -5893252.245 + 3849.792 X_1 + 148.031 X_2 + \epsilon$ dengan koefisien determinasi ($R\ square = 0,804$) dan $f\ hitung (32.179) > f\ tabel (3.354)$ tolak H_0 serta $t\ hitung\ pada\ volume\ penjualan\ bunga = 8,009 > t\ tabel (1.706)$ tolak H_{01} sedang $t\ hitung\ pada\ Harga\ Jual\ bunga 2.258 > t\ tabel (1.706)$ tolak H_{02} Hasil penelitian ini diperoleh bahwa besar volume penjualan bunga di UPT P3H pasar bunga rawa belong berkisar dari 160 – 12000 ikat per bulan, harga jual rata-rata bunga di UPT P3H Pasar bunga rawa belong berkisar Rp. 10.333-75.500 per ikat. Sedangkan pendapatan pedagang bunga di UPT Pasar bunga rawa belong berkisar Rp.750.000-16.580.000,- per bulan. Berdasarkan koefisien determinasi $R\ square (0,683)$ diketahui bahwa volume penjualan bunga dan harga jual bunga memiliki pengaruh yang kuat terhadap pendapatan pedagang, sedangkan dari pengujian

signifikansi membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan baik secara simultan maupun parsial. Adapun besaran pengaruhnya yaitu peningkatan volume penjualan bunga rata-rata 1 ikat dapat meningkatkan pendapatan pedagang bunga sebesar Rp.3.849,792 sedangkan peningkatan harga jual bunga meningkatkan pendapatan pedagang bunga sebesar Rp. 148,031,-.³⁶ Perbedaan dari penelitian ini adalah penelitian ini meneliti pada Pendapatan Pedagang Bunga di Unit Pelaksana Teknis UPT Pusat Promosi dan Pemasaran Hortikultura P3H Pasar Bunga Rawa Belong Jakarta Barat. sedangkan penelitian saya pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dan meneliti tentang untuk mengetahui pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan pedagang.

2.4. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. kerangka teori berisi gambaran pola hubungan antar variabel atau kerangka konsep yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti, disusun berdasarkan kajian teoritik yang telah dilakukan dan didukung oleh penelitian terdahulu.³⁷ Kerangka Teori dalam satu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih.³⁸ Kerangka teori berguna untuk mempermudah di dalam memahami persoalan yang sedang

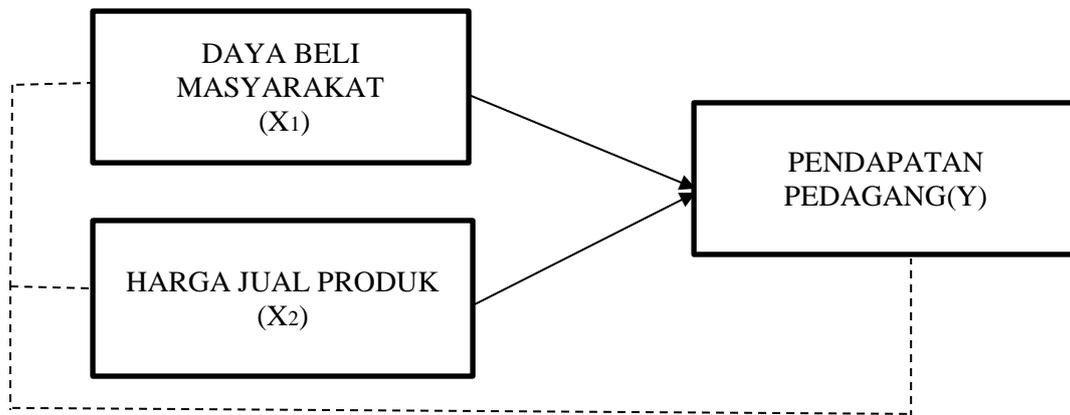
³⁶ Muhammad Ichsan Rahman, *Pengaruh Volume Penjualan Bunga dan Harga Jual Bunga Terhadap Pendapatan Pedagang Bunga di Unit Pelaksana Teknis UPT Pusat Promosi dan Pemasaran Hortikultura P3H Pasar Bunga Rawa Belong Jakarta Barat*, diakses dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57248>, pukul 11:50 WIB.

³⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, cet 7, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 93.

³⁸ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h. 265.

diteliti pada pemecahan masalah yang sedang dihadapi.

Gambar 2.1. Kerangka Teori



Dari gambar kerangka teori diatas dapat di jelaskan bahwa hubungan daya beli masyarakat dengan pendapatan pedagang ialah dimana daya beli masyarakat sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang, maka apabila daya beli masyarakat berkurang maka pendapatan pedagang otomatis akan berkurang dan begitu pula sebaliknya. Kemudian hubungan antara harga jual produk dengan pendapatan pedagang ialah harga jual produk sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dikarenakan semakin tinggi harga jual produk maka pendapatan pedagang juga akan naik. Dan berdasarkan kerangka teori diatas hubungan antara daya beli masyarakat dan harga jual produk berpengaruh secara silmutan terhadap pendapatan pedagang.

2.5. Hipotesa

Hipotesis adalah jawaban sementara hasil penelitian yang dilakukan.³⁹

Dalam pengertian lain hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.⁴⁰ Terdapat dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian :

1. Hipotesis alternatif disingkat dengan H_a . Hipotesis alternatif menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y, atau adanya hubungan antar dua kelompok.
2. Hipotesis nol di singkat H_0 . Hipotesis nol menyatakan tidak adanya pengaruh antara dua variabel, atau tidak adanya pengaruh antara variabel X dan variabel Y.⁴¹

Berdasarkan judul dari penelitian diatas hipotesis penelitian ini adalah :

1. H_{01} = Variabel daya beli masyarakat tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.
 H_{a1} = Variabel daya beli masyarakat berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.
2. H_{02} = Variabel harga jual produk tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.
 H_{a2} = Variabel harga jual produk berpengaruh signifikan pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.
3. H_{03} = Variabel daya beli masyarakat dan harga jual produk secara

³⁹ Burhan Murgin, *Metode Penelitian Sosial*, (Surabaya: Air Langga University Press, 2011), h. 90.

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 71.

⁴¹ *Ibid*, h. 72.

simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.

Ha3 = Variabel daya beli masyarakat dan harga jual produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian lapangan yang digunakan terdiri dari dua macam pendekatan, yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan hubungan antar variabel, melakukan prediksi, generalisasi, dan melakukan prediksi. Penelitian ini menggambarkan fenomenanya berdasarkan pada teori yang dimiliki.

Penelitian kuantitatif adalah sebuah penelitian yang pengujiannya menekan teori melalui pengukuran setiap variabel-variabel penelitian dengan angka dan menggunakan analisis data dengan prosedur statistik.⁴² Pendekatan penelitian kuantitatif mempunyai tujuan penelitian yaitu untuk membangun fakta yang terjadi, menguji teori yang ada, menunjukkan gabungan antar variabel-variabel, memberikan rangkuman deskripsi statistik, meramal dan menaksirkan hasil penelitian. Pendekatan penelitian kuantitatif didesain harus menggunakan pendekatan yang terstruktur, formal, baku, dan jelas.

3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini ialah penelitian asosiatif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh

⁴² Anita Rismawati, *Pengaruh Motivasi Berprestasi, Promo Jabatan dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di Lembaga Keuangan Syariah ASRI Tulungagung*, (Tulungagung, Skripsi, 2016) h. 63-64.

ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih.⁴³ Jenis penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel bebas yaitu pendapatan dan harga jual produk terhadap daya beli masyarakat. Penelitian ini memiliki tingkatan tertinggi dari tingkatan deskriptif dan komparatif, dan penelitian ini dapat membuat suatu pemahaman yang berfungsi sebagai penjelasan, meramalkan, atau mengontrol suatu gejala.⁴⁴ Penelitian ini membahas tentang pengaruh daya beli masyarakat sebagai variabel bebas (X_1), harga jual produk sebagai variabel bebas (X_2), terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang sebagai variabel terikat (Y).

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Waktu penelitian ini dimulai dari Januari sampai dengan November 2021.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi yaitu sebuah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari, dan kemudian disimpulkan.⁴⁵ Dengan ini penulis memilih untuk meneliti di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang dengan jumlah populasi 152 pedagang.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 9.

⁴⁴ *Ibid*, h. 11.

⁴⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016) h.

3.3.2. Sampel

Sampel ialah sebagian dari anggota populasi yang mewakili seluruh sumber data populasi yang sebenarnya melalui suatu penelitian. Sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah pada populasi. Dan bila jumlah populasi sangat besar, maka peneliti tidak mungkin mengambil data dan mempelajari seluruh data populasi tersebut. Dikarenakan mungkin dengan keterbatasan waktu, dana, dan tenaga. Jadi peneliti bisa menggunakan sampel dari populasi itu untuk dipelajari dan diambil kesimpulan.⁴⁶ Dalam menentukan objek penelitian, peneliti menemui pedagang yang berdagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Dalam hal ini peneliti mengambil sampel dengan menggunakan rumus slovin dengan nilai kritis ($e= 10\%$).

n = Besaran sampel

N = Besaran populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan persen perlonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel

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

$$n = \frac{152}{1+152(0,1)^2}$$

$$n = \frac{152}{1+152(0,01)}$$

$$n = \frac{152}{1+1,52} = \frac{152}{2,52} = 60,31 \text{ di bulatkan menjadi } 61 \text{ Responden.}$$

⁴⁶ Sugiono, Sutopo (ed.), *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan Kombinasi (mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 123.

3.4. Data Penelitian

3.4.1. Data Penelitian

Data ialah keterangan untuk menerangkan objek-objek yang ada didalam variabel. Dalam pengumpulan data dan informasi yang didapat dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data dengan cara:

1. Sumber data primer ialah sebuah data yang diperoleh dengan cara diamati langsung dan dicatat untuk pertama kalinya. Sumber data primer ini diperoleh secara langsung dari lokasi yang diteliti.⁴⁷ Dengan cara mengisi kuesioner yang diberikan langsung secara responden yakni pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.
2. Sumber data sekunder ialah suatu data yang di dapatkan atau di kumpulkan oleh peneliti yang didapatkan oleh penelitian terdahulu atau sumber yang telah ada sebelumnya. Contohnya seperti penelitian terdahulu, atau data yang sudah ada pada tempat-tempat seperti perpustakaan, dan lain-lain.⁴⁸

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Pada penelitian kuantitatif dikenal beberapa metode antara lain metode angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi.⁴⁹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode

⁴⁷ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 66

⁴⁸ Misbahuddin dan Iqbal hasan, Suryani (ed.), *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi Ke- 2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h, 21-22.

⁴⁹ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya)*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2005),

penyebaran angket atau kuesioner.

3.5.1. Metode Angket atau Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan disini yaitu untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam menganalisis dan memecahkan masalah yang digunakan dalam penelitian ini, data-data tersebut menggunakan teknik yaitu metode angket. Metode angket disebut juga dengan kuesioner. Yaitu teknik pengumpulan data yang berbentuk daftar pertanyaan kepada responden yang daftar tersebut harus di isi dan mau memberikan respon sesuai permintaan pengguna.⁵⁰ Dan kemudian penelitian metode angket ini harus diserahkan langsung kepada responden yakni adalah pedagang di Pasar Hongkong, Kualasimpang, Aceh Tamiang. Pertanyaan dalam angket diperoleh dari masing-masing indikator, baik indikator variabel independen maupun dependen.

Kuesioner tersebut diberikan langsung kepada responden agar lebih efektif dan untuk mempermudah dalam memberikan penjelasan yang terkait dengan pengisian kuesioner tersebut. Guna menetapkan angket (kuesioner) memerlukan pengukuran menggunakan sebuah skala. Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁵¹ Dalam hal ini penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti kepada pedagang di Pasar Hongkong, Kualasimpang, Aceh Tamiang.

h. 133.

⁵⁰ Anton Bawono, *Multivariate Analysis Dengan SPSS*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006), h, 30.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta) h. 93.

Skala yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Kuesionernya berbentuk pilihan untuk memudahkan bagi responden dalam memberikan jawaban, karena alternatif jawaban telah disediakan dan dalam menjawab pernyataan tersebut hanya membutuhkan waktu yang relatif singkat. Kuesioner ini berbentuk pilihan ganda, dimana setiap item soal disediakan lima jawaban dengan skor masing-masing yaitu sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1
2. Tidak Setuju (TS) : 2
3. Kurang Setuju (KS) : 3
4. Setuju (S) : 4
5. Sangat Setuju (SS) : 5

3.6. Definisi Operasional

Definisi operasional ialah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati dan batasan yang akan mengarahkan penelitian dalam ruang lingkup yang lebih kongkrit.⁵² Peneliti harus memilih dan menentukan definisi operasional yang paling relevan bagi variabel yang ditelitinya.

Tabel 3.1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Pendapatan (X ₁)	Merupakan uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan, dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa,	1. Modal usaha. Modal usaha ialah suatu yang digunakan untuk membentuk, mendirikan, atau menjalankan suatu usaha. Modal ini berupa uang atau tenaga kerja	<i>Likert</i>

⁵² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta :Pustaka Pelajar, 2013), h. 74.

	<p>bunga, komisi, ongkos, dan laba. Pendapatan atau sering disebut dengan (<i>income</i>) ialah yang diterima, baik berupa uang maupun benda lainnya atas penggunaan kekayaan atau jasa manusia.⁵³</p>	<p>(keahlian). 2. Lama Usaha. Lamanya pembukaan suatu usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan menekan biaya produksi lebih kecil dari pada penjualan. 3. Jam Kerja Pedagang. Jam kerja pedagang merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, terkhususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya didapatkan.</p>	
Harga Jual Produk (X_2)	<p>Merupakan sesuatu yang memiliki nilai dan harus direlakan produsen untuk mendapatkan hasil serta memperoleh produk dan jasa.⁵⁴</p>	<p>1. Keterjangkauan Harga. Keterjangkauan harga ialah keterjangkauan harga yang ditawarkan produsen kepada konsumen. Keterjangkauan harga merupakan indikator yang mana konsumen dapat menyesuaikan harga yang ditawarkan produsen dengan pendapatan konsumen. 2. Kompetitifan Harga. Kompetitifan harga ialah harga pedagang satu bersaing dengan pedagang yang lain. Kompetitifan harga ini merupakan indikator yang</p>	<i>Likert</i>

⁵³ AA. Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku konsumen*, (Bandung: PT Refika Aditama:2012), h. 204-205.

⁵⁴ Philip Kotler dan Kevin lane keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga Edisi 13 Jilid 2, 2011), h. 76.

		<p>sangat berdampak kepada kewajaran harga yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih harga.</p> <p>3. Harga Sesuai Dengan Kualitas.</p> <p>Kesesuaian harga dengan kualitas juga indikator yang sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen dapat menyebabkan konsumen memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang dimilikinya.</p> <p>4. Harga Sesuai Dengan Manfaat.</p> <p>Kesesuaian harga dengan manfaat ialah indikator yang sangat menentukan pada kepuasan konsumen terhadap manfaat pada barang tersebut. Kesesuaian harga dengan manfaat ini juga dapat menyeimbangkan konsumsi konsumen.</p>	
<p>Daya Beli (Y)</p>	<p>Merupakan sesuatu keinginan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu.⁵⁵</p>	<p>1. Tingkat Pendapatan Masyarakat.</p> <p>Tingkat pendapatan masyarakat merupakan indikator yang paling berpengaruh pada daya beli masyarakat, makin tinggi pendapatan seseorang dalam suatu usahanya maka semakin tinggi pula daya beli. Maka apabila pendapatan dari pedagang tersebut tinggi maka akan disusul dengan daya pembelian stok yang tinggi.</p>	<p><i>Likert</i></p>

^{55 55} Iskandar Putong, *Pengantar Mikro dan Makro*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), h. 32.

		<p>2. Perubahan Harga Barang.</p> <p>Perubahan harga barang merupakan salah satu indikator daya beli masyarakat. Jika harga naik maka daya beli masyarakat cenderung menurun dan apabila harga barang menurun maka daya beli konsumen akan naik.</p> <p>3. Kondisi Pasar.</p> <p>Kondisi pasar merupakan indikator yang mempengaruhi kegiatan dalam transaksi jual beli sebagai kelompok pembeli dan penjual. Kondisi pasar dalam daya beli pedagang akan berpengaruh baik apabila kondisi pasar baik dan begitu pula sebaliknya.</p>	
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

3.7. Teknik Pengujian Instrumen Penelitian

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas ialah suatu instrument yang menunjukkan kevalidan, dan berarti alat ukur yang digunakan mendapati bahwasannya data itu valid. Valid artinya instrument yang digunakan untuk mengukur yang hendak diukur.⁵⁶ Uji validitas adalah bertujuan untuk mengetahui valid atau sah tidaknya suatu koesioner. Koesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada koesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur dari koesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel pada α 0,05 jika nilai r hitung $>$ r table dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

⁵⁶ Ali Mauludi, Elok Fitriani (ed.), *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's PUBLISHING, 2018),h. 262.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah suatu indeks koefisien yang menunjukkan sampai dimana alat ukur tersebut dapat dipercaya dan diandalkan. Dan untuk mengukur reliabilitas instrumen yaitu dengan dua kali pengukuran, yaitu untuk mengukur gejala yang sama akan hasil dalam sebuah pengukuran yang diperoleh relatif konsisten dan instrumen tersebut berarti reliabel.⁵⁷ Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu koesioner yang mempunyai indikator dari variabel. Koesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban dari responden konsisten dari waktu ke waktu. akan diberikan fasilitas untuk mengukur nilai reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α), suatu variabel dikatakan reliable apabila memberikan nilai *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60 dan tidak reliabel jika *Cronbach's Alpha* < 0,60.

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1 Teknik Analisis Deskriptif Statistik Kuantitatif

Analisis data digunakan pada saat setelah pengolahan data yang telah selesai, dan analisis data ini adalah suatu langkah yang paling menentukan dalam penelitian. Maka peneliti harus mengetahui pola analisis mana yang akan digunakan. Baik menggunakan analisis statistik ataupun analisis non-statistik. Menggunakan analisis data ini memiliki tujuan untuk menuntaskan masalah-masalah pada penelitian, memberi tahu bagaimana hubungan antara fenomena yang ada didalam penelitian, serta memberikan jawaban terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian, dan menjadi bahan untuk menjadikan kesimpulan serta

⁵⁷ *Ibid*, h. 268.

implikasi dan saran yang baik dan berguna untuk penelitian selanjutnya.

Dalam penelitian kuantitatif analisis data disebut dengan analisis statistik, karena analisis ini menggunakan rumus statistika, yang dimana didalam analisis ini menjadi 2 bagian yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif ialah analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis dan menggambarkan data dari penelitian tetapi bukan digunakan untuk membuat kesimpulan lebih luas. Statistik inferensial digunakan untuk menyimpulkan kesimpulan yang lebih luas. Analisis data penelitian memiliki tujuan untuk menyederhanakan dan memberi batas temuan menjadi suatu data yang benar dan sudah teratur.

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji data yang digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut guna menjawab hipotesis penelitian.⁵⁸ Untuk melakukan analisis regresi maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, yaitu untuk mengetahui bahwa data sampel yang diolah memang benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Ada beberapa pengujian yakni meliputi:

3.8.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas data ini mempunyai tujuan yaitu untuk menguji apakah didalam model regresi ini variabel dependen maupun independen memiliki distribusi normal atau tidak. Didalam uji normalitas data disini menggunakan grafik histogram yang dilakukan untuk melihat apakah posisi histogram berada di

⁵⁸ Imam Gunawan, Pengantar Statistik Inferensial, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada , 2016), h. 92.

tengah-tengah atau tidak. Dan jika posisinya tidak tepat, maka data tidak berdistribusi dengan secara normal.⁵⁹ Uji normalitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya uji *Kolmogorov Smirnov* apa bila nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal. Uji normalitas juga dapat diketahui dengan melihat diagram P-P Plot, jika sebaran titik residual mengikuti garis diagonal maka data tersebut berdistribusi normal.

3.8.2.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini ialah variabel bebas yang satu variabel bebasnya dalam bentuk saling berkorelasi linear, dan terkadang korelasinya mendekati titik sempurna yaitu yang koefisien korelasinya tinggi atau bahkan mendekati angka satu.⁶⁰ Dengan begitu agar kita mengetahui ada atau tidaknya uji ini pada model regresi, maka dapat dilihat dalam beberapa hal sebagai berikut:

1. Jika angka nilai $VIF \geq 10$, maka model regresi bebas dari uji multikolinieritas.
2. Jika angka nilai *Tolerance* tidak ≤ 1 maka model regresi bebas dari uji multikolinieritas.

3.8.2.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini termasuk variasi yang variabelnya tidak sama untuk semua pengamatan. Pada uji ini kesalahan yang terjadi tidak random. Akan tetapi ia menunjukkan hubungan yang sistematis yang sesuai dengan besarnya

⁵⁹ Ibid, 93.

⁶⁰ Misbahuddin dan Iqbal hasan, Suryani (ed.), *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi Ke- 2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h, 110.

suatu variabel. Dalam Penelitian ini Penguji menggunakan uji heterokedastisitas dengan metode analisis grafik. Metode ini dilakukan dengan mengamati scatterplot.

Jika scatterplot berbentuk pola tertentu maka menunjukkan adanya masalah heterokedastisitas pada model regresi. Sedangkan jika scatterplot menyebar secara acak maka hal ini menunjukkan tidak terjadinya masalah pada model regresi.⁶¹

3.8.2.4 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk memilih model regresi yang akan digunakan. Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara linear antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen yang hendak diuji. Jika suatu model tidak memenuhi syarat linearitas maka model regresi linear tidak bisa digunakan. Untuk menguji linearitas suatu model dapat digunakan uji linearitas dengan melakukan regresi terhadap model yang ingin diuji. Aturan yang digunakan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikan dari deviation from linearity yang dihasilkan dari uji linearitas (menggunakan bantuan SPSS) dengan nilai alpha yang digunakan. Jika nilai signifikan dari deviation from linearity $>$ alpha (0.05) maka nilai tersebut linear.⁶²

⁶¹ Suliyanti, *Ekonometria Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV Andi, 2011), h. 90.

⁶² R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, (Bandung: Graha Ilmu, 2010), h. 80.

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan pada penelitian ini ialah analisis regresi berganda. Regresi berganda ialah sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu atau dua variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen secara parsial maupun simultan.

Adapun regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, harga jual produk terhadap daya beli masyarakat. Secara umum model regresi berganda memiliki rumusan yakni:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Pendapatan Pedagang

A : Konstanta

X1 : Daya Beli Masyarakat

X2 : Harga Jual Produk

β_1, β_2 : Koefisien Korelasi ganda

e : Error

3.9.2. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen (Variabel bebas).⁶³ Jika determinan total (R^2) yang didapatkan mendekati angka 1, maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut memberikan hasil variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Begitu pula sebaliknya jika determinasi total (R^2) semakin mendekati angka 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel-variabel tersebut. Koefisien determinasi keseluruhan (R^2) digunakan untuk besarnya kontribusi yang diberikan oleh variabel pendapatan dan harga jual produk terhadap daya beli masyarakat. Selain melakukan uji t dan uji F perlu juga mencari koefisien determinasi (R^2), digunakan untuk mengetahui kontribusi pengaruh variabel independen yaitu pendapatan dan harga jual produk terhadap variabel dependen yaitu daya beli masyarakat di Pasar Hongkong, Kuala simpang, Aceh Tamiang.

3.9.3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) ialah untuk melakukan pengujian bagaimana pengaruh pada masing-masing variabel secara individual bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan uji t. sehingga dapat mengetahui terima atau tidaknya hipotesis satu, dua, dan tiga jika nilai *p-value* kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.⁶⁴

Dalam hal ini, yang perlu diperhatikan adalah Tabel *Coefficients* dengan

⁶³ *Ibid*, 100.

⁶⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan program IMB SPSS 21*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), h. 98.

kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Tolak H_0 jika nilai probabilitas \leq taraf signifikan sebesar 0,05 (sig. \leq 0,05).
- b. Terima H_0 jika nilai probabilitas $>$ taraf signifikan sebesar 0,05 (sig. $>$ 0,05).

3.9.4. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) ialah untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat maka dilakukan uji F. Sehingga dapat diketahui diterima atau tidak hipotesis keempat. Jika nilai *prob F* kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.⁶⁵

Dalam uji ini, hal yang diperhatikan adalah tabel ANOVA dengan kriteria penerimaan/penolakan sebagai berikut:

- a. Tolak H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung \leq probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig. \leq 0,05).
- b. Terima H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung $>$ probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig. $>$ 0,05).

⁶⁵ *Ibid*, 99.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Pasar Hongkong, Kualasimpang, Aceh Tamiang

Kabupaten Aceh Tamiang adalah salah satu kabupaten di Provinsi Aceh, Indonesia. Kabupaten yang adalah hasil pemekaran dari Kabupaten Aceh Timur ini terletak di perbatasan Aceh-Sumatera Utara. Istilah "Tamiang" berasal dari kata *Da Miang*. Sejarah menunjukkan tentang eksistensi wilayah Tamiang seperti prasasti Sriwijaya, kemudian benar riwayat dari Tiongkok karya *Wee Pei Shih* yang mencatat keberadaan negeri *Kan Pei Chiang* (Tamiang), atau *Tumihang* dalam Kitab Nagarakretagama. Kawasan ini juga dikenal dengan nama *Bumi Muda Sedia*, berdasarkan dengan nama Raja Muda Sedia yang memerintah wilayah ini selama 6 tahun (1330-1336). Raja ini memperoleh Cap Sikureung dan hak Tumpang Gantung dari Sultan Aceh atas wilayah Karang dan Kejuruan Muda pada masa itu.

Kabupaten ini berada di jalur timur Sumatera yang strategis dan hanya berjarak sekitar 250 kilometer dari Kota Medan sehingga akses serta harga benda/barang di kawasan ini relatif semakin murah daripada kawasan Aceh lainnya. Di samping itu, kawasan ini relatif semakin terlindung semasa GAM berjaya dahulu. Ketika seruan mogok oleh GAM diberlakukan di seluruh Aceh, hanya kawasan ini khususnya Kota Kualasimpang yang agenda ekonominya tetap berlangsung. Sejarah kota Kualasimpang, Kecamatan Kualasimpang dan Kecamatan Karang Baru dipisahkan oleh aliran Sungai Tamiang, di mana masing-masing dilalui oleh aliran anak sungai yang berbeda dan deltanya ada di antara

dua kecamatan tersebut, tepat dipinggiran Kualasimpang. Kualasimpang terbentuk pada awal tahun 2002 dengan dikeluarkannya undang-undang Nomor 4 tahun 2002.

Wilayah Kota Kualasimpang memiliki konstelasi regional yang berada di bagian pusatnya kependudukan masyarakat Aceh Tamiang, dengan batas-batas dengan kecamatan-kecamatan sebagai berikut:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Rantau dan Kecamatan Karang Baru.
2. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Rantau.
3. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Karang Baru dan Kecamatan Sekerak.
4. Sebelah barat berbatasan dengan kecamatan Rantau.

Kecamatan Kualasimpang terletak pada posisi $04^{\circ}16'24,00-04^{\circ}17'57,00''$ LU/ North Latitude dan $97^{\circ}03'16,00 - 98^{\circ}04'25,00$ BT/East Latitude. Pada saat terbentuknya Kecamatan Kualasimpang. Pada saat terbentuknya kecamatan ini memiliki 5 kampung dengan 21 dusun yaitu kampung kota Kualasimpang, kampung kota Lintang, kampung Perdamaian, Kampung Bukit Tempurung, Kampung Sriwijaya. Kualasimpang memiliki luas wilayah 4,48 Km² (berdasarkan data dari BPS).

Dalam penelitian kali ini, saya meneliti Pasar Hongkong, Kualasimpang, Aceh Tamiang dimana lebih tepatnya lokasi pasar Hongkong berada di Desa Perdamaian, Kualasimpang, Aceh Tamiang, Aceh 24456, Indonesia. Pasar ialah salah satu pasar yang paling berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi masyarakat

Aceh Tamiang, pasar ini merupakan pusat pasar segala kebutuhan yang dapat disebut juga sebagai pasar yang menjual bermacam ragam kebutuhan masyarakat dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan konsumtif lainnya. Dan pasar Hongkong ini gampang di jangkau karena pasar ini terletak pada jalan lintas Medan-Banda Aceh.

4.1.2. Analisis deskriptif Statistik Kuantitatif

4.1.2.1. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian ini adalah pedagang di Pasar Hongkong, dengan karakteristik jenis kelamin dan usia. Adapun deskripsi data penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1.	Laki-laki	32
2.	Perempuan	29
Total		61

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa karakteristik responden dengan jenis kelamin laki-laki pada penelitian ini berjumlah 32 orang sebesar sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 29 orang.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden
1.	20-30 Tahun	4
2.	31-40 Tahun	21
3.	41-50 Tahun	25
4.	>50Tahun	11
Total		61

Sumber: Data primer diolah, 2021

Pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan usia yang bervariasi dari usia 20 tahun hingga >50 tahun.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah Responden
1.	< 1.000.000	-
2.	> 1.000.000 – 2.000.000	7
3.	> 2.000.000 – 3.000.000	33
4.	> 3.000.000 – 4.000.000	21
5.	> 4.000.000	-
Total		61

Sumber: Data primer diolah, 2021

Pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan pendapatan rata-rata berkisar antara > Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000 hingga > Rp.3.000.000 – Rp.4.000.000.

4.1.3 Analisis Data

4.1.3.1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Uji ini bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap pertanyaan yang diajukan kedalam kuesoner dan disebarkan kepada responden. Cara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Korelasi Item-Total*, yakni mengkorelasikan skor-skor suatu item angket dengan totalnya. Dari hasil uji validasi, di peroleh dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Daya Beli Masyarakat

No	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Saya merasa harga yang saya tawarkan kepada pelanggan sudah sesuai dengan tingkat pendapatannya.	0,612	0,248	Valid
2.	Jika saya menaikkan harga jual produk, tetap ada pelanggan yang berminat untuk membeli produk tersebut.	0,485	0,248	Valid
3.	Saya melihat kondisi pasar saat ini sangat cocok dengan dagangan yang saya jual.	0,436	0,248	Valid

Sumber: Output SPSS, 2021

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Harga Jual Produk

No	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Saya merasa harga produk dagangan saya di Pasar Hongkong yang saya tawarkan tidak terlalu mahal.	0,717	0,248	Valid
2.	Harga produk dagangan saya di Pasar Hongkong menurut saya lebih murah dibandingkan harga yang di jual oleh pesaing.	0,737	0,248	Valid
3.	Harga yang saya tawarkan ke pelanggan sesuai dengan kualitas produk yang di pelanggan dapatkan.	0,669	0,248	Valid
4	Saya merasa harga produk yang saya tawarkan kepada pelanggan sesuai dengan manfaat barang tersebut.	0,551	0,248	Valid

Sumber: Output SPSS, 2021

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Pendapatan Pedagang

No	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Menurut saya modal usaha merupakan hal yang paling utama diperhitungkan dalam memulai usaha dagang karena menentukan besar kecilnya usaha dan jenis barang yang dijual.	0,741	0,248	Valid
2.	Usaha yang saya jalani sudah cukup lama yang menjadikan usaha dagang	0,571	0,248	Valid

	saya memiliki pelanggan tetap sehingga meningkatkan pendapatan.			
3.	Lama waktu saya untuk berdagang dari pagi hingga sore membuat banyak penjualan atau pendapatan yang saya terima.	0,852	0,248	Valid

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh bahwa hasil pengujian instrumen variabel daya beli masyarakat, harga jual produk, dan pendapatan pedagang memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.248). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan tentang daya beli masyarakat, harga jual produk, dan pendapatan pedagang adalah valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

4.1.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan sebagai alat untuk mengukur instrumen dari pertanyaan terhadap jawaban responden. Ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah “sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya”. Uji ini dilihat dengan cara membandingkan antara nilai koefisien reliabilitas dengan standar alpha (*Cronbach's Alpha* > 0.60). Dari hasil uji reliabilitas, diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Keterangan
1.	Daya Beli Masyarakat (X_1)	0,684	0,60	Reliabel
2.	Harga Jual Produk (X_2)	0,760	0,60	Reliabel
3.	Pendapatan Pedagang (Y)	0,715	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS, 2021

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel daya beli masyarakat adalah sebesar 0,715 pada variabel harga jual produk adalah sebesar 0,760 dan pada variable pendapatan pedagang adalah sebesar 0,684. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60 (Standar Alpha). Maka kesimpulannya adalah seluruh instrumen variabel yang di uji tersebut dinyatakan reliabel atau terpercaya.

4.1.4. Uji Asumsi Klasik

4.1.4.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk melihat dalam model regresi, variabel dependen (pendapatan pedagang) dan variabel independennya (daya beli masyarakat dan harga jual produk) berdistribusi normal atau tidak.⁶⁶

**Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.92725214
Most Extreme Differences	Absolute	.210
	Positive	.104
	Negative	-.210
Kolmogorov-Smirnov Z		.1642
Asymp. Sig. (2-tailed)		.109

⁶⁶ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, h. 169.

Berdasarkan hasil Tabel diatas uji normalitas dikeketahui nilai signifikan $0,109 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai berdistribusi normal.

4.1.4.2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk memilih model regresi yang akan digunakan. Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara linear antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen yang hendak diuji. Jika suatu model tidak memenuhi syarat linearitas maka model regresi linear tidak bisa digunakan. Untuk menguji linearitas suatu model dapat digunakan uji linearitas dengan melakukan regresi terhadap model yang ingin diuji. Aturan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikan dari *deviation from linearity* yang dihasilkan dari uji linearitas (menggunakan bantuan SPSS) dengan nilai *alpha* yang digunakan. Jika nilai signifikan dari *deviation from linearity* $> alpha$ (0.05) maka nilai tersebut linear.⁶⁷

Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas

No.	Variabel Terhadap Y	<i>Deviation Linearity</i>	<i>From Standar Alpha</i>	Keterangan
1.	Daya Beli Masyarakat (X_1)	4,607	0,05	Linear
2.	Harga Jual Produk (X_2)	5,109	0,05	Linear

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan table diatas, nilai signifikansi *deviation from linearity* dari hubungan variabel X_1 sebesar 4,607 dan X_2 sebesar 5,109 yang nilai *deviation from linearity* masing masing variabel lebih besar dari nilai *alpha*. Dengan

⁶⁷ R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, Bandung: Graha Ilmu, 2004), h. 80.

demikian dapat diartikan bahwa hubungan masing-masing kedua variabel independen tersebut dengan variabel dependen adalah linear.

4.1.4.3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflation Factor/VIF*) dan nilai *tolerance*. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* > 0.10 atau sama dengan $VIF < 10$.⁶⁸

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

No.	Variabel Independen	<i>Tolerance</i>	VIF
1.	Daya Beli Masyarakat (X ₁)	0,532	1,878
2.	Harga Jual Produk (X ₂)	0,532	1,878

Sumber: Output SPSS, 2021

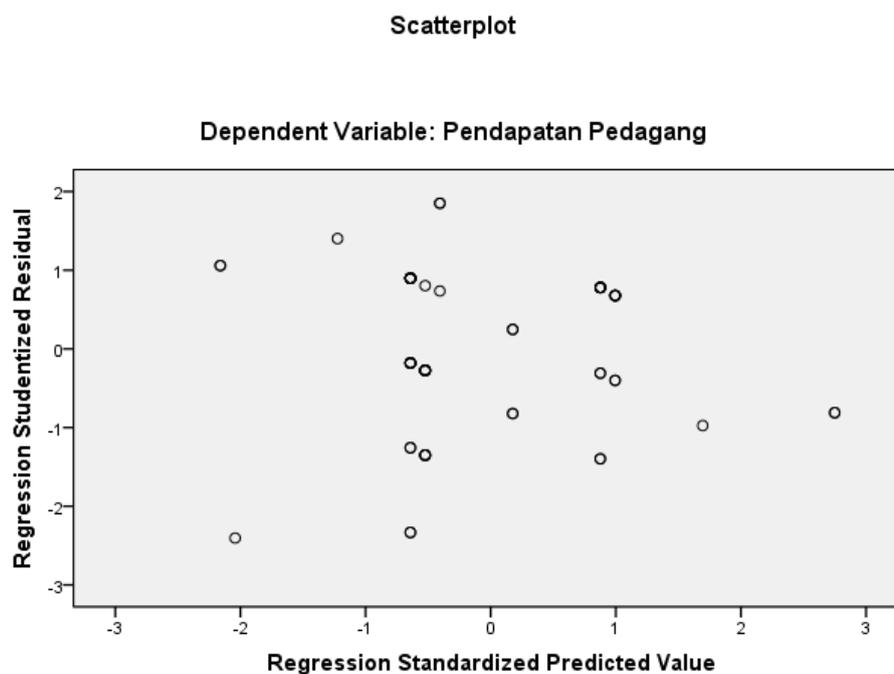
Hasil uji multikolinearitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel daya beli masyarakat (X₁) sebesar 0,532 dan harga jual produk (X₂) sebesar 0,532 yang masing-masing variabel memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel daya beli masyarakat (X₁) dan harga jual produk (X₂) masing-masing 1,878 dan 1,878 yaitu lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat diartikan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinearitas.

⁶⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h 95.

4.1.4.4. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Model regresi akan dikatakan baik apabila tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidak terjadinya heterokedastisitas dapat dilihat pada Grafik Scatterplot. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika titik-titik atau poin-poin yang ada menyebar membentuk pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik atau poin-poin menyebar di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.⁶⁹

Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Output SPSS,2021

⁶⁹ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, h. 171.

Dilihat pada gambar diatas bahwa titik-titik yang menyebar pada grafik Scatterplot tidak membentuk suatu pola tertentu yang teratur. Artinya, pada model regresi tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga model regresi layak digunakan untuk menganalisis pengaruh daya beli masyarakat dan harga jual produk terhadap pendapatan pedagang.

4.1.5. Analisis Regresi

4.1.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini untuk mengetahui arah hubungan variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai suatu variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.⁷⁰ Variabel yang diteliti yakni variabel daya beli masyarakat (X_1), harga jual produk (X_2), dan pendapatan pedagang (Y).

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.568	1.983		4.825	.000
Daya Beli Masyarakat	1.117	.194	.810	5.748	.000
Harga Jual Produk	.602	.114	.746	5.291	.000

Sumber: Output SPSS, 2021

⁷⁰ Tim Dosen Ekonometrika dan Tim Asisten Praktikum, *Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), h. 6-7.

$$Y = 9,568 + 1,117 (X_1) + 0,602 (X_2)$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa diperoleh nilai konstanta sebesar 9,568 yang mengandung arti bahwa nilai konstanta variabel pendapatan pedagang sebesar 9,568. Koefesien regresi variabel melalui variabel daya beli masyarakat diperoleh nilai sebesar 1,117 atau 11,17%. Koefesien regresi variabel melalui harga jual produk diperoleh 0,602 atau 60,2%.

Persamaan tersebut bermakna jika daya beli masyarakat ditingkatkan maka pendapatan pedagang akan meningkat sebesar 1,117 atau 11,17%, dan jika harga jual produk di bertambah maka pendapatan akan meningkat sebesar 0,602 atau 60,2%.

4.1.5.2 Uji Hipotesis

4.1.5.2.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat. dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Koefisien determinasi dilihat menggunakan *R Square* (R^2) pada tabel Model Summary.⁷¹

Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,622 ^a	,386	,365	,94310

Sumber: Output SPSS, 2021

Data tabel diatas menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,365 hal ini berarti bahwa variasi nilai daya beli masyarakat dipengaruhi oleh peran dari

⁷¹ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, h. 174.

variasi nilai daya beli masyarakat dan harga jual produk sebesar 36,5%, sementara 65,5% adalah kontribusi variabel lain yang tidak termasuk didalam model regresi.

4.1.5.2.2. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) dilakukan bertujuan untuk menganalisis sebuah variabel bebas dengan sebuah variabel terikat secara individual, maka nilai yang digunakan untuk menguji hipotesisnya adalah nilai t, maka dapat dilihat nilai probabilitasnya. Syarat pengambilan keputusannya adalah apabila nilai probabilitas \leq taraf signifikan sebesar 0.05 (Sig. \leq 0.05), maka H_0 ditolak.⁷²

Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,568	1,983		4,825	,000
	Daya Beli Masyarakat	1,117	,194	,810	5,748	,000
	Harga Jual Produk	,602	,114	,746	5,291	,000

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Pengaruh daya beli masyarakat terhadap daya pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.

H_1 : Daya beli masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa daya beli masyarakat memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,748 (positif) dan nilai signifikan yang dihitung $0,000 < 0,05$ probabilitas yang ditetapkan, berarti berpengaruh

⁷² Mudjarad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), h. 238

positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.

- b. Pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong.

H_2 : harga jual produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa harga jual produk memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,291 (positif) dan nilai signifikan yang dihitung $0,000 < 0,05$ probabilitas yang ditetapkan, berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh tamiang.

4.1.5.2.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (pendapatan dan harga jual produk) dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (daya beli masyarakat). Syarat pengambilan keputusannya adalah apabila nilai $Sig. \leq 0.05$ maka H_0 ditolak, dan apabila $Sig. > 0.05$ maka H_0 diterima.⁷³

Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,478	2	16,239	16,239	,000 ^a
	Residual	51,588	58	,889		
	Total	84,066	60			

Sumber: Output SPSS, 2021

⁷³ *Ibid*, h. 175.

Hasil Uji F pada tabel diatas diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti ada pengaruh secara simultan pada daya beli masyarakat dan harga jual produk terhadap terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang secara signifikan.

4.2. Interpretasi Hasil Penelitian

1. Pengaruh Daya Beli Masyarakat terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang

Pernyataan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel daya beli masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh tamiang. Besaran pengaruh langsung daya beli masyarakat terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang adalah 1,117. Nilai signifikan untuk pendapatan sebesar $0,000 < 0,05$ hasil penelitian menunjukkan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya beli masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh tamiang. Dengan demikian daya beli masyarakat berbanding lurus dengan pendapatan pedagang. Semakin tinggi daya beli masyarakat maka akan semakin tinggi pula pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh tamiang.

Hal ini sejalan dengan penelitian Putra dan Adi Trisma (2021) penelitian ini berjudul Pengaruh Daya Beli Masyarakat Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Inpres Painan Selama Pandemi Covid-19. Tujuan dari penelitian ini ialah bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari daya beli masyarakat terhadap

pendapatan pedagang di pasar Inpres Painan selama pandemi covid-19. Jenis penelitian ialah studi lapangan dengan menggunakan data primer dan responden nya ialah 60 pedagang di pasar inpres painan yang melakukan aktifitas berdagang selama masa pandemi COVID-19 (Maret- Juli 2020) . Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil regresi, variabel yang memiliki pengaruh signifikan ialah pendapatan, Hasil pengujian t dan uji f ialah pendapatan, kenaikan harga, & konsumsi berpengaruh signifikan secara gabungan terhadap daya beli konsumen. Namun, hasil uji R square menunjukkan bahwa kondisi sebelum-sesudah covid-19 terdapat hubungan (signifikan) dengan kenaikan harga, namun tidak terdapat hubungan dengan pendapatan, konsumsi, dan daya beli konsumen.

2. Pengaruh harga jual produk terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel harga jual produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Besaran pengaruh langsung harga jual produk terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang adalah 0,602. Nilai signifikan untuk harga jual produk sebesar $0,000 < 0,05$, hasil penelitian menunjukkan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga jual produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Harga jual produk ialah faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang karena semakin tinggi harga jual produk maka permintaan akan produk atau barang akan menurun dan akan berpengaruh pada pendapatan pedagang. tetapi kondisi tertentu pendapatan akan semakin besar

karena konsumen akan tetap membeli barang atau produk walaupun harga barang atau produk tersebut sedang tinggi.

Hasil ini sejalan dengan penelitian milik Nur Huriyandah penelitian ini berjudul pengaruh volume penjualan, harga jual produk, dan jumlah jenis bunga terhadap pendapatan pedagang kosis bunga potong di Pasar Bunga Rawa Belong, Jakarta Barat.⁷⁴ harga jual produk mempengaruhi pendapatan pedagang karena semakin tinggi harga jual produk maka permintaan bunga akan menurun akan berpengaruh kepada pendapatan pedagang bunga, akan tetapi pada kondisi pada hari-hari besar misalnya hari valentine walaupun harga bunga tersebut naik orang-orang akan tetap membelinya, lalu apabila ketersediaan tidak ada namun permintaan terhadap bunga tersebut, maka penjual akan membeli di toko lain dan hal itu bisa membuat harga jual produk karena bunga yang dibeli oleh penjual bukan dari pemasok, tetapi dari toko lain yang menjual bunga dengan harga jual toko tersebut.

3. Pengaruh simultan antara daya beli masyarakat dan harga jual produk terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang

Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa daya beli masyarakat dan harga jual produk berpengaruh terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh tamiang Nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ hasil penelitian menunjukkan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya beli masyarakat dan harga jual produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Selain itu dari hasil

⁷⁴ Nur Huriyandah, *Pengaruh Volume Penjualan, Harga Jual produk, dan Jumlah Jenis Bunga Terhadap Pendapatan Pedagang Kios Bunga Potong di Pasar Bunga Rawa Belong, Jakarta Barat*, Skripsi, di akses pada 17 Februari 2022 pukul 11: 00 WIB.

perhitungan diperoleh koefisien determinasi adjusted R Square sebesar 0,365 yang menunjukkan bahwa kontribusi daya beli masyarakat dan harga jual produk menjelaskan variasi nilai variabel pendapatan pedagang adalah sebesar 36,5%. Sehingga sisanya 63,5% dipengaruhi oleh kontribusi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Artinya bahwa variabel independen daya beli masyarakat (X_1) dan Harga jual Produk (X_2) berpengaruh terhadap variabel dependen pendapatan pedagang (Y). Hasil didapatkan dari analisis regresi linier berganda dengan pengujian parsial (uji t). dikarenakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan tingkat signifikasinya lebih kecil dari signifikansi yang ditentukan artinya secara simultan daya beli masyarakat (X_1) dan harga jual produk (X_2) berpengaruh signifikan pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh tamiang (Y).

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Dalam penelitian ini pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang termasuk dalam pendapatan tetap, dikarenakan pendapatan pedagang penerimaannya periodenya dalam bentuk harian. kemudian tujuan dari penetapan harga jual produk ialah untuk mendapatkan laba yang maksimal, mendapatkan kembali investasi yang ditargetkan pada penjualan, mengurangi persaingan, dan mempertahankan *market share*.

1. hasil perhitungan yang didapatkan besaran pengaruh langsung pendapatan terhadap daya beli masyarakat sebesar 1,117 (positif) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan ada pengaruh antara daya beli masyarakat terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong. Bahwa hipotesis H_1 di terima, yang menyatakan daya beli masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.
2. Dari hasil perhitungan yang didapatkan besaran pengaruh langsung harga jual produk terhadap pendapatan pedagang sebesar 0,602 (positif) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan ada pengaruh antara harga jual produk terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Bahwa hipotesis H_2 di terima yang menyatakan harga jual produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang.

3. Dari hasil perhitungan yang didapatkan nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan angka dibawah 0,005. Bahwa hipotesis H_3 di terima, yang menyatakan daya beli masyarakat dan harga jual produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Sedangkan koefisien determinasi *Adjusted R Square* atau kemampuan daya beli masyarakat dan harga jual produk dalam menjelaskan atau memprediksi variabel pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang sebesar sebesar 0.365 atau 36,5%. Hal ini berarti variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 36,5%, sedangkan sisanya 63,5% dipengaruhi oleh kontribusi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti mengemukakan saran-saran sebagai berikut. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar mendapatkan data yang lebih akurat dan mengembangkan variabel yang lebih kompleks untuk menganalisis pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang diluar dari variabel ini. Dengan demikian, hasil yang didapatkan akan memperkuat penelitian yang ada. Penelitian yang bersifat kuantitatif juga sangat dianjurkan untuk dilakukan sehingga hasil penelitian diharapkan dapat lebih signifikan dalam menjelaskan pengaruh daya beli masyarakat dan harga jual produk terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Tentunya ini akan memberi tambahan dan pemahaman untuk penelitian selanjutnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat yaitu pengaruh daya beli

masyarakat dan harga jual produk mempengaruhi terhadap pendapatan pedagang di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang. Pedagang dapat berupaya mempertahankan produknya dengan harga yang dapat dijangkau oleh konsumen dan sesuai dengan kualitas dan manfaat dari barang atau produk tersebut kepada konsumen di Pasar Hongkong, Aceh Tamiang maka minat konsumen untuk membeli akan semakin tinggi, atau dapat dengan memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu hal tersebut akan secara efektif menarik minat konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Ardana, I Komang Ardana, dkk. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Arikunto, Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka cipta, 2011.
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Bawono, Anton. *Multivariate Analysis Dengan SPSS*, Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006.
- Budianto, Apri. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Ombak, 2015. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,
- Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya)*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2010.
- Sunyoto Danang, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Bandung: PT. Rafika, 2016.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2010.
- Duli, Nikolaus. *Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi Dan Analisis Data dengan SPSS*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2009.
- Ghozali, Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- Giang, Randi R. *Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Buruh Bangunan di Kecamatan Pineleng*. 2017. Jakarta: Balai Pustaka, 1998.
- Gunawan Imam, *Pengantar Statistik Inferensial*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada , 2016.
- James, Michael, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, Jakarta: Ghalia, 2011.
- Juliandi, Azuar, dan Irfan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu- Ilmu Bisnis*, Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013.

- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan, cetakan ke 4*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Kotler, Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga Edisi 13 Jilid 2, 2011.
- Mangkunegara, AA. Anwar Prabu. *Perilaku konsumen*, Bandung: PT Refika Aditama, 2012.
- Mauludi, Ali, Elok Fitriani. *Teknik Belajar Statistik 2*, Jakarta: Alim's Puplishing, 2018.
- Misbahuddin dan Iqbal hasan, Suryani. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi Ke-2*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafino Persada, 2013.
- Mulyadi, *Sistem Akuntansi*, Jakarta: Raja Grafindo, 2013.
- Mungin Burhan. *Metode Penelitian Sosial*, Surabaya: Airlangga University Press, 2011.
- Nababan, Septian S.M. *Pendapatan dan jumlah tanggungan pengaruhnya terhadap pola konsumsi PNS Dosen dan tenaga kerja pada Fakultas Ekonomo dan Bisnis Islam Universitas sam Ratulangi Manado*, 2017.
- Nawawi, Hadari. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011.
- Nayla, Akifa Putri. *Panduan Lengkap Sistem Administrasi Gaji Dan Upah*, Jogjakrta: Laksana, 2014.
- Putong, Iskandar Putong, *Pengantar Mikro dan Makro*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- Rihda, Akram. *Pintar Mengelola Keuangan Keluarga Sakinah*, Solo: Tayiba Media, 2014
- Rosyidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Sadono, Sukirno. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.

Sudarmanto, R Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*, Bandung: Graha Ilmu, 2010

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi*, cet 7, Bandung:Alfabeta, 2015.

Suliyanti, *Ekonometria Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: CV Andi, 2011.

Surono, *Anggaran pendapatan dan Keluarga*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Suryana, Ahmad. *Kebijakan Ketahanan Pangan Nasional*, Bogor: BPFE, 2014.

2. Jurnal

Anwar, iful dan Budhi Satrio, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, 2010.

Larosa, Septhani Rebeka dan Y. Sugianto. *Analisis Pengeruh Harga, Kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada*

Larosa, Septhani Rebeka dan Y. Sugianto. *Analisis Pengeruh Harga, Kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada*

Merek, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Cincau Station Surabaya, Jurnal manajemen Pemasaran, Vol 1 No 2, 2013

Ong, Ian Antonius dan Sugiono, *Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Pembelian Pada UD Glagah Wangi Di Magetan*, Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 11, 2014

Masitoh, *Upaya Menjaga Esistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*, Jurnal PMI Vol. X. No. 2. Maret 2013.

Pratama Rahardja, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikro ekonomi dan Makro ekonomi)*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
Anwar, iful dan Budhi Satrio, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*, 2018.

Purwaningsih, Farida. *Pengaruh Tabungan Mudharabah Pembiayaan Mudharabah Masyarakat dan Pendapatan Operasional Lainnya Terhadap Laba*, Jawa Timur, An-nisbah, 2016.

Puryono dan Tri Yuniati. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Warung-warung makan di sekitar simpang lima Semarang*, 2011.

Zarkasi, *Pengaruh Pengangguran Terhadap Daya Beli Masyarakat Kalimantan barat*, Jurnal Katulistiwa, Volume 4 Nomor 1 Maret 2014.

3. Skripsi

Andre Febriantoni, *Pengaruh Harga Barang dan Modal Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung)*. Skripsi 2019.

Ari Santi ,Ni Wayan, *Pengaruh Harga Jual Dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan UD. Broiler Putra Di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada Tahun 2015-201*, Skripsi 2017.

Huriyandah, Nur, *Pengaruh volume penjualan, harga jual dan jumlah jenis bunga terhadap pendapatan pedagang kios bunga potong di Pasar Bunga Rawa Belong, Jakarta Barat*, Skripsi 2020.

Muhammad Ichsan Rahman, *Pengaruh Volume Penjualan Bunga dan Harga Jual Bunga Terhadap Pendapatan Pedagang Bunga di Unit Pelaksana Teknis UPT Pusat Promosi dan Pemasaran Hortikultura P3H Pasar Bunga Rawa Belong Jakarta Barat*, Skripsi 2013.

Trisma, Adi, *Pengaruh Daya Beli Masyarakat Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Inpres Painan Selama Pandemi Covid-19*, Skripsi 2021.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

KUISIONER

PENGARUH PENDAPATAN DAN HARGA JUAL PRODUK TERHADAP DAYA BELI MASYARAKAT DI PASAR HONGKONG, KUALA SIMPANG, ACEH TAMIANG

Saya mohon kesediaan anda untuk mengisi kolom yang sudah disediakan berdasarkan pernyataan-pernyataan yang telah tersedia. Masing-masing pernyataan telah disediakan alternatif jawaban. Anda dipersilahkan untuk memilih alternatif jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda saat ini dengan member tanda (X) pada kolom yang sudah disediakan. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan trimakasih.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

KS : Kurang Setuju (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat Setuju (5)

Pendapatan (X₁)

PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
Indikator Modal Usaha Menurut saya modal merupakan uang merupakan hal yang paling utama diperhitungkan dalam memulai usaha dagang karena menentukan besar					

kecilnya usaha dan jenis barang yang dijual.					
Indikator Lama Usaha Usaha yang saya jalani sudah cukup lama yang menjadikan usaha dagang saya memiliki pelanggan tetap sehingga meningkatkan pendapatan.					
Indikator Jam Kerja Dagang Semakin lama waktu saya untuk berdagang, maka semakin banyak penjualan atau pendapatan yang saya terima.					

Tingkat Harga Jual (X₂)

PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
Indikator Keterjangkauan Harga Saya merasa harga barang dagangan saya di Pasar Hongkong yang saya tawarkan tidak terlalu mahal					
Indikator Kompetitifan Harga Harga barang dagangan saya di Pasar Hongkong menurut saya lebih murah dibandingkan harga yang jual pesaing.					
Indikator Harga Sesuai dengan Kualitas Harga yang saya tawarkan ke konsumen sesuai dengan kualitas produk/barang yang di dapatkan					

<p>Indikator Harga Sesuai Dengan Manfaat</p> <p>Saya merasa harga barang yang saya tawarkan sesuai dengan manfaat barang tersebut.</p>					
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

Daya Beli Masyarakat (Y)

PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
<p>Indikator Tingkat Pendapatan Masyarakat</p> <p>Saya merasa harga yang saya tawarkan kepada konsumen sudah sesuai dengan tingkat pendapatannya.</p>					
<p>Indikator Perubahan Harga Barang</p> <p>Jika saya menaikkan harga barang, barang tersebut tetap ada yang beli.</p>					
<p>Indikator Kondisi Pasar</p> <p>Saya melihat kondisi pasar saat ini sangat cocok dengan dagangan yang saya jual saat ini.</p>					

Lampiran 2: Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

1. Reability and Validity Test of Daya Beli Masyarakat (X1)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Daya Beli Masyarakat
X1.1	Pearson Correlation	1	,370**	-,223	,612**
	Sig. (2-tailed)		,003	,084	,000
	N	61	61	61	61
X1.2	Pearson Correlation	,370**	1	-,414**	,485**
	Sig. (2-tailed)	,003		,001	,000
	N	61	61	61	61
X1.3	Pearson Correlation	-,223	-,414**	1	,436**
	Sig. (2-tailed)	,084	,001		,000
	N	61	61	61	61
Daya Beli Masyarakat	Pearson Correlation	,612**	,485**	,436**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	61	61	61	61

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,715	3

2. Reability and Validity Test of Harga Jual produk (X₂)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Harga Jual Produk
X2.1	Pearson Correlation	1	,117	,134	,765**	,717**
	Sig. (2-tailed)		,370	,302	,000	,000
	N	61	61	61	61	61
X2.2	Pearson Correlation	,117	1	,738**	-,030	,737**
	Sig. (2-tailed)	,370		,000	,817	,000
	N	61	61	61	61	61
X2.3	Pearson Correlation	,134	,738**	1	-,121	,669**
	Sig. (2-tailed)	,302	,000		,352	,000
	N	61	61	61	61	61
X2.4	Pearson Correlation	,765**	-,030	-,121	1	,551**
	Sig. (2-tailed)	,000	,817	,352		,000
	N	61	61	61	61	61
Harga Jual Produk	Pearson Correlation	,717**	,737**	,669**	,551**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	61	61	61	61	61

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	4

3. Reability and Validity Test of Pendapatan Pedagang (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Pendapatan Pedagang
Y.1	Pearson Correlation	1	-,039	,711**	,741**
	Sig. (2-tailed)		,766	,000	,000
	N	61	61	61	61
Y.2	Pearson Correlation	-,039	1	,178	,571**
	Sig. (2-tailed)	,766		,171	,000
	N	61	61	61	61
Y.3	Pearson Correlation	,711**	,178	1	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,171		,000
	N	61	61	61	61
Pendapatan Pedagang	Pearson Correlation	,741**	,571**	,852**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	61	61	61	61

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,684	3

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^a	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,92725214
Most Extreme Differences	Absolute	,210
	Positive	,104
	Negative	-,210
Kolmogorov-Smirnov Z		1,642
Asymp. Sig. (2-tailed)		,109

a. Test distribution is Normal.

2. Uji linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pendapatan Pedagang * Daya Beli Masyarakat	Between Groups	(Combined)	12,188	3	4,063	3,222	,029
		Linearity	7,581	1	7,581	6,012	,017
		Deviation from Linearity	4,607	2	2,303	1,827	,170
	Within Groups		71,878	57	1,261		
	Total		84,066	60			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pendapatan Pedagang * Harga Jual Produk	Between Groups	(Combined)	8,199	5	1,640	1,189	,327
		Linearity	3,090	1	3,090	2,240	,140
		Deviation from Linearity	5,109	4	1,277	,926	,456
	Within Groups		75,867	55	1,379		
	Total		84,066	60			

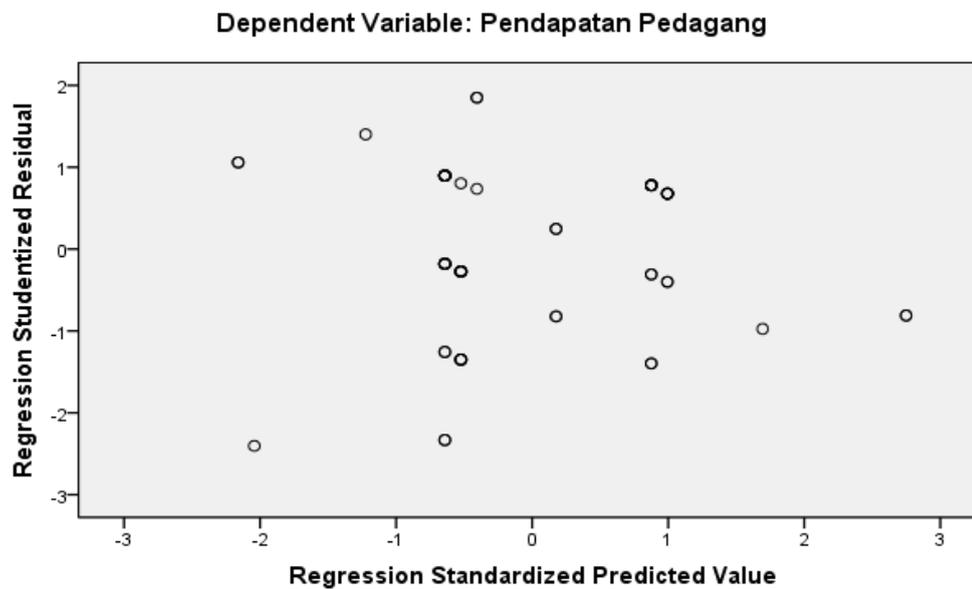
3. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	9,568	1,983		4,825	,000		
	Daya Beli Masyarakat	1,117	,194	,810	5,748	,000	,532	1,878
	Harga Jual Produk	,602	,114	,746	5,291	,000	,532	1,878

a. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang

4. Uji Heterokedestisitas

Scatterplot



6. Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,568	1,983		4,825	,000
	Daya Beli Masyarakat	1,117	,194	,810	5,748	,000
	Harga Jual Produk	,602	,114	,746	5,291	,000

a. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang

7. Uji Koefisien Detterminasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,622 ^a	,386	,365	,94310

a. Predictors: (Constant), Harga Jual Produk, Daya Beli Masyarakat

b. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang

8. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,568	1,983		4,825	,000
	Daya Beli Masyarakat	1,117	,194	,810	5,748	,000
	Harga Jual Produk	,602	,114	,746	5,291	,000

a. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang

8. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,478	2	16,239	18,257	,000 ^a
	Residual	51,588	58	,889		
	Total	84,066	60			

a. Predictors: (Constant), Harga Jual Produk, Daya Beli Masyarakat

b. Dependent Variable: Pendapatan Pedagang

Lampiran 4: Dokumentasi





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : ANNAS TASYIA BALKIS
2. Tempat, Tanggal Lahir : Langsa, 29 Juli 1999
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan/ Suku : Indonesia/ Aceh
6. Status Perkawinan : Belum Kawin
7. Pekerjaan : Mahasiswi
8. Alamat : Dusun Ar- Rahman, Kampung Kota Lintang,
Kec. Kota Kuala Simpang, Kab. Aceh Tamiang,
Prov. Aceh
9. Orang Tua
 - a. Ayah : Syafruddin
 - b. Ibu : Nurlina
 - c. Pekerjaan : Pedagang
 - d. Alamat : Dusun Ar- Rahman, Kampung Kota Lintang,
Kec. Kota Kuala Simpang, Kab. Aceh Tamiang,
Prov. Aceh
10. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SD Negeri 1 Bukit Tempurung, 2010
 - b. SMP : MTS Madrasah Ulumul Qur'an Langsa, 2013
 - c. SMA : MA Madrasah Ulumul Qur'an Langsa, 2016
 - d. Perguruan Tinggi : IAIN Langsa 2021