

**ANALISIS DAMPAK JUMLAH RITEL, JARAK, PROMOSI,
PELAYANAN RITEL MODERN (MINIMARKET) TERHADAP
PENURUNAN OMSET TOKO KELONTONG DI
KECAMATAN KALIWATES KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh :

**KHUSNUL KHOTIMAH
E20162016**

Dosen Pembimbing:

Nurul Setianingrum S.E.,M.M
NIP. 19690523 199803 2 001

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KH. ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
NOVEMBER 2021**

**ANALISIS DAMPAK JUMLAH RITEL, JARAK, PROMOSI,
PELAYANAN RITEL MODERN (MINIMARKET) TERHADAP
PENURUNAN OMSET TOKO KELONTONG DI
KECAMATAN KALIWATES KABUPATEN JEMBER
SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

KHUSNUL KHOTIMAH
E20162016

Disetujui Pembimbing



Nurul Setianingrum S.E.,M.M
NIP. 19690523 199803 2 001

**ANALISIS DAMPAK JUMLAH RITEL, JARAK, PROMOSI,
PELAYANAN RITEL MODERN (MINIMARKET) TERHADAP
PENURUNAN OMSET TOKO KELONTONG DI
KECAMATAN KALIWATES KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Jumat
Tanggal : 19 November 2021

Tim Penguji

Ketua



Daru Anondo, M.Si
NIP. 197503032009011009

Sekretaris



Hj. Khulsnul Khotimah, M.Pd
NIP. 197706042014112001

Anggota:

1. Dr. Hersa Farida Qoryani, M.El

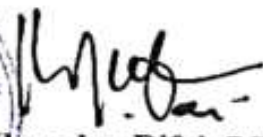
()

2. Hj. Nurul Setianingrum S.E., M.M

()

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam




Dr. Khamdan Rifai, S.E., M.Si
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُؤْتِنَهُ

Sesungguhnya Allah sangat mencintai kalian yang memiliki ketekunan dalam berusaha (HR. Imam Thabrani)



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERSEMBAHAN

Dengan bangga dan penuh syukur dan bahagia tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Salam dan Ibu Sunarti, karena rangkulan cinta Bapak dan Ibuku yang senantiasa mendukung dalam keadaan apapun.
2. Kakak dan adik saya (Beni Rahmad dan Uswatun Khasanah) yang selalu memberikan dukungan dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan ibu guru saya dari taman kanak-kanak hingga Madrasah Aliyah. Serta bapak ibu dosen di Universitas KH. Achmad Shiddiq Jember.
4. Untuk sahabat dan saudara-saudara saya yang selalu ada ketika saya menghadapi kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Teman-teman saya yang tiada henti memberikan keceriaan, semangat, serta pengalaman yang tidak terlupakan. Terkhusus kepada Dora Eka Mawangi, Muhammad Danil, Yoga Satria Siaga, Erine Rosalia Pratiwi, dan Rasminiyanti.
6. Teman-teman seperjuangan dalam bingkai organisasi HIPMI baik di Perguruan Tinggi (HIPMI PT UIN KHAS) maupun di jajaran BPC HIPMI Jember.
7. Dan untuk semua pihak yang bertanya “kapan sidang?” “kapan wisuda?” dan lain sebagainya.

ABSTRAK

Khusnul Khotimah. Nurul Setianingrum S,E.,M.M.2021.*Analisis Dampak Jumlah Ritel, Jarak, Promosi, Pelayanan Ritel Modern (Minimarket) Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong Di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember*

Keberadaan ritel modern di kecamatan Kaliwates berdasarkan BPS berjumlah 50 gerai dengan jarak yang tidak terlalu jauh dengan ritel-ritel tradisional. Dari segi letaknya baik ritel modern dan toko kelontong sangat strategis yakni terletak di daerah perkotaan dengan ruang lingkup kawasan kampus Universitas Islam Negeri KH Ahmad Siddiq Jember dan banyak pondok pesantren. Terkait dengan hal itu meskipun Indomaret tersebut memiliki segmen pembeli tersendiri, tetapi munculnya dapat mengganggu eksistensi dari keberadaan toko kelontong sehingga dapat mempengaruhi perubahan omset penjualan mereka.

Rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini meliputi: 1. Apakah jumlah ritel, jarak, promosi, pelayanan ritel modern (minimarket) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap penurunan omset toko kelontong di kecamatan kaliwates kabupaten jember? 2. Apakah jumlah ritel, jarak, promosi, pelayanan ritel modern (minimarket) berpengaruh secara parsial atau satu per satu terhadap penurunan omset toko kelontong di kecamatan kaliwates kabupaten jember?. Adapun maksud dari tujuan penelitian ini ialah guna mengetahui tingkat signifikansi dari variabel independen (jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan) terhadap variabel dependen (penurunan omset toko kelontong) baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan metode kuantitatif. Teknik dan instrumen pengumpulan data responden menggunakan observasi, kuesioner tertutup, dan dokumentasi, cara teknik pengambilan sampel responden dengan menggunakan *purposive sampling* adapun jumlah sampel pada penelitian ini adalah 30 responden. Penelitian ini diperoleh kesimpulan 1. Berdasarkan uji simultan (uji F) diperoleh nilai signifikansi 0,000 adapun F Hitung Pada penelitian ini sebesar 95,865 atau ($0,000 < 0,05$) dan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{Tabel}} (64,323 > 2,76)$. Dengan demikian hasil uji F (bersama-sama) menunjukkan adanya pengaruh dari variabel independen jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan secara terhadap penurunan omset. 2. Berdasarkan uji parsial (uji T) diperoleh hasil jumlah minimarket (X_1) memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,209 > 0,05$) adapun nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($-1,290 > 2,060$) H_0 diterima H_a ditolak. Jarak (X_2) diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,003 < 0,05$) adapun nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,333 > 2,060$) H_0 ditolak H_a diterima. Promosi (X_3) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,020 < 0,05$) dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,477 > 2,060$) H_0 ditolak H_a diterima. Dan pelayanan (X_4) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4,513 > 2,060$) maka H_0 ditolak H_a diterima.

Kata Kunci: Jumlah minimarket, Jarak, Promosi, Pelayanan, Penurunan Omset

ABSTRACT

Khusnul Khotimah. Nurul Setianingrum S,E.,M.M.2021.*Analysis of the Impact of Number of Retailers, Distance, Promotion, Modern Retail Services (Minimarkets) on the Decrease in Turnover of Grocery Stores in Kaliwates District, Jember Regency*

Based on BPS datas, the total number of modern retails in Kaliwates subdistrict is approximately 50 outlets within close proximity of traditional stores. In terms of location, both modern retail and grocery stores are very strategic, namely located in urban areas with the scope of the KH Achmad Siddiq Jember State Islamic University campus area and many Islamic boarding schools. Related to this, even though Indomaret has its own buyer segment, its existence can interfere with the existence of the grocery store so that it can affect their sales turnover.

The formulation of the problem in this thesis research are: 1. Does the number of retail, distance, promotion, modern retail services (minimarket) have a simultaneous or joint effect on the decline in grocery store turnover in Kaliwates sub-district, Jember district? 2. Does the number of retail, distance, promotions, modern retail services (minimarkets) have an effect partially or one by one on the decline in grocery store turnover in Kaliwates sub-district, Jember district?. The purpose of this study is to determine the level of significance of the independent variables (number of minimarkets, distance, promotions, and services) to the dependent variable (decrease in grocery store turnover) either simultaneously or partially.

This research is a research with a quantitative method approach. Techniques and instruments of data collection respondents using observation, closed questionnaires, and documentation. The technique of collecting sample respondents using purposive sampling while the number of samples in this study were 30 respondents. This research obtained conclusion 1. Based on the simultaneous test (F test) obtained a significance value of 0.000 while the Fcount in this study was 95.865 or ($0.000 < 0.05$) and Count $>$ Table ($64.323 > 2.76$). Thus, the results of the F test (together) show the influence of the independent variables on the number of minimarkets, distance, promotions, and services in decreasing turnover. 2. Based on the partial test (T test) the results obtained show that the number of minimarkets (X_1) has a significance value of > 0.05 ($0.209 > 0.05$) while the count $>$ table ($-1,290 > 2,060$) H_0 is accepted, H_a is rejected. Distance (X_2) obtained a significance value of < 0.05 ($0.003 < 0.05$) while the value of r count $>$ table ($3.333 > 2.060$) H_0 is rejected and H_a is accepted. Promotion (X_3) has a significance value of < 0.05 ($0.020 < 0.05$) and tcount $>$ table ($2,477 > 2,060$) H_0 is rejected H_a is accepted. And service (X_4) has a significance value of < 0.05 ($0.000 < 0.05$) and tcount $>$ table ($4,513 > 2,060$) then H_0 is rejected. H_a is accepted.

Keywords: Number of minimarkets, distance, promotion, service, decrease in turnover

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Penulis panjatkan puji dan syukur kehaditar Allah SWT atas segala limpahan rahmat, kasih sayang serta karunia yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat salam penulis berikan kepada Nabi akhir zaman Nabi Muhammad SAW karenanya penulis merasakan manisnya Iman dan Islam.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari sempurna, banyak hambatan dan kesulitan yang dihadapi. Karena dorongan keyakinan, bantuan, serta dukungan orang terdekat baik keluarga, guru-guru, serta teman-teman karenanya segala kesulitan dapat diatasi. Dengan Keikhlasan dan ketulusan hati penulis ucapkan:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto,S.E.,MM selaku rektor Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
2. Dr. Khamdan Rifai,S.E.,M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
3. Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I. selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
4. Dr. Abdul Rokhim, MEi selaku dosen Penasehat Akademik (DPA).
5. Hj. Nurul Setianingrum,S.E.,M.M selaku dosen Pembimbing Skripsi yang sangat luar biasa baik dan tulus ikhlas memberikan bimbingan dan saran

dalam pengerjaan skripsi ini ditengah pandemi covid-19 sehingga dalam pengerjaannya daring.

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi Islam dan seluruh civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember
7. Kepala perpustakaan Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember dan seluruh stafnya

Kritik Dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam menyempurnakan tugas akhir ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca khususnya kepada penulis sendiri.

Jember, 23 November 2021

Penulis

Khusnul Khotimah
E20162016

UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul.....	i
Persetujuan Pembimbing.....	ii
Pengesahan Tim Penguji	iii
Motto	iv
Persembahan.....	v
Abstrak.....	vi
Kata pengantar	viii
Daftar isi.....	x
Daftar tabel	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	9
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Ruang Lingkup Penelitian	10
a. Variabel Penelitian	10
b. Indikator Penelitian	11
F. Definisi Operasional	12
G. Asumsi Penelitian	13
H. Hipotesis.....	16
I. Metode Penelitian	17
a. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	17

b. Populasi dan Sampel.....	18
c. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	21
d. Analisis Data.....	22
J. Sistematika Pembahasan	29
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	31
A. Kajian Error! Bookmark not defined.	31
a. Penelitian Terdahulu.....	31
B. Kajian Teori.....	41
a. Ritel (Pedagang Eceran)	41
b. Toko Kelontong	45
c. Persaingan Usaha	45
d. Jarak.....	48
e. Promosi	48
f. Pelayanan	50
g. Omset.....	51
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	53
A. Gambaran Objek Penelitian.....	53
a. Deskripsi Lokasi Penelitian	53
b. Karakteristik Objek Penelitian	55
B. Penyajian Data.....	56
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	58
D. Pembahasan	86
BAB IV PENUTUP	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 PDRB Jawa Timur Tahun 2019	3
Tabel 1.2 Daftar Toko Kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember ..	19
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1 Sarana dan Prasarana Ekonomi Kecamatan Kaliwates	55
Tabel 3.2 Deskripsi Frekuensi Mengenai Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 3.3 Deskripsi Frekuensi Mengenai Umur Responden.....	57
Tabel 3.4 Deskripsi Frekuensi Mengenai Lama Toko Berdiri.....	58
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Jumlah Minimarket (X1)	59
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Jarak (X2)	60
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	61
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X4).....	62
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Variabel Omset (Y)	63
Table 3.10 Hasil Uji Reabilitas	64
Tabel 3.11 Hasil Uji Statistik Variabel Jumlah Minimarket (X1).....	65
Tabel 3.12 Hasil Uji Statistik Variabel Jarak (X2).....	67
Tabel 3.13 Hasil Uji Statistik Variabel Promosi (X3)	69
Tabel 3.14 Hasil Uji Statistik Variabel Pelayanan (X4)	71
Tabel 3.15 Hasil Uji Statistik Variabel Omset (Y).....	73
Tabel 3.16 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 3.17 Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 3.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 3.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	78

PERSEMBAHAN

Dengan bangga dan penuh syukur dan bahagia tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Salam dan Ibu Sunarti, karena rangkulan cinta Bapak dan Ibuku yang senantiasa mendukung dalam keadaan apapun.
2. Kakak dan adik saya (Beni Rahmad dan Uswatun Khasanah) yang selalu memberikan dukungan dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan ibu guru saya dari taman kanak-kanak hingga Madrasah Aliyah. Serta bapak ibu dosen di Universitas KH. Achmad Shiddiq Jember.
4. Untuk sahabat dan saudara-saudara saya yang selalu ada ketika saya menghadapi kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Teman-teman saya yang tiada henti memberikan keceriaan, semangat, serta pengalaman yang tidak terlupakan. Terkhusus kepada Dora Eka Mawangi, Muhammad Danil, Yoga Satria Siaga, Erine Rosalia Pratiwi, dan Rasminiyanti.
6. Teman-teman seperjuangan dalam bingkai organisasi HIPMI baik di Perguruan Tinggi (HIPMI PT UIN KHAS) maupun di jajaran BPC HIPMI Jember.
7. Dan untuk semua pihak yang bertanya “kapan sidang?” “kapan wisuda?” dan lain sebagainya.

ABSTRAK

Khusnul Khotimah. Nurul Setianingrum S,E.,M.M.2021.*Analisis Dampak Jumlah Ritel, Jarak, Promosi, Pelayanan Ritel Modern (Minimarket) Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong Di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember*

Keberadaan ritel modern di kecamatan Kaliwates berdasarkan BPS berjumlah 50 gerai dengan jarak yang tidak terlalu jauh dengan ritel-ritel tradisional. Dari segi letaknya baik ritel modern dan toko kelontong sangat strategis yakni terletak di daerah perkotaan dengan ruang lingkup kawasan kampus Universitas Islam Negeri KH Ahmad Siddiq Jember dan banyak pondok pesantren. Terkait dengan hal itu meskipun Indomaret tersebut memiliki segmen pembeli tersendiri, tetapi munculnya dapat mengganggu eksistensi dari keberadaan toko kelontong sehingga dapat mempengaruhi perubahan omset penjualan mereka.

Rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini meliputi: 1. Apakah jumlah ritel, jarak, promosi, pelayanan ritel modern (minimarket) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap penurunan omset toko kelontong di kecamatan kaliwates kabupaten jember? 2. Apakah jumlah ritel, jarak, promosi, pelayanan ritel modern (minimarket) berpengaruh secara parsial atau satu per satu terhadap penurunan omset toko kelontong di kecamatan kaliwates kabupaten jember?. Adapun maksud dari tujuan penelitian ini ialah guna mengetahui tingkat signifikansi dari variabel independen (jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan) terhadap variabel dependen (penurunan omset toko kelontong) baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan metode kuantitatif. Teknik dan instrumen pengumpulan data responden menggunakan observasi, kuesioner tertutup, dan dokumentasi, cara teknik pengambilan sampel responden dengan menggunakan *purposive sampling* adapun jumlah sampel pada penelitian ini adalah 30 responden. Penelitian ini diperoleh kesimpulan 1. Berdasarkan uji simultan (uji F) diperoleh nilai signifikansi 0,000 adapun F Hitung Pada penelitian ini sebesar 95,865 atau ($0,000 < 0,05$) dan $F \text{ Hitung} > F \text{ Tabel} (64,323 > 2,76)$. Dengan demikian hasil uji F (bersama-sama) menunjukkan adanya pengaruh dari variabel independen jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan secara terhadap penurunan omset. 2. Berdasarkan uji parsial (uji T) diperoleh hasil jumlah minimarket (X_1) memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,209 > 0,05$) adapun nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($-1,290 > 2,060$) H_0 diterima H_a ditolak. Jarak (X_2) diperoleh nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,003 < 0,05$) adapun nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,333 > 2,060$) H_0 ditolak H_a diterima. Promosi (X_3) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,020 < 0,05$) dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,477 > 2,060$) H_0 ditolak H_a diterima. Dan pelayanan (X_4) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($4,513 > 2,060$) maka H_0 ditolak H_a diterima.

Kata Kunci: Jumlah minimarket, Jarak, Promosi, Pelayanan, Penurunan Omset

ABSTRACT

Khusnul Khotimah. Nurul Setianingrum S,E.,M.M.2021.*Analysis of the Impact of Number of Retailers, Distance, Promotion, Modern Retail Services (Minimarkets) on the Decrease in Turnover of Grocery Stores in Kaliwates District, Jember Regency*

Based on BPS datas, the total number of modern retails in Kaliwates subdistrict is approximately 50 outlets within close proximity of traditional stores. In terms of location, both modern retail and grocery stores are very strategic, namely located in urban areas with the scope of the KH Achmad Siddiq Jember State Islamic University campus area and many Islamic boarding schools. Related to this, even though Indomaret has its own buyer segment, its existence can interfere with the existence of the grocery store so that it can affect their sales turnover.

The formulation of the problem in this thesis research are: 1. Does the number of retail, distance, promotion, modern retail services (minimarket) have a simultaneous or joint effect on the decline in grocery store turnover in Kaliwates sub-district, Jember district? 2. Does the number of retail, distance, promotions, modern retail services (minimarkets) have an effect partially or one by one on the decline in grocery store turnover in Kaliwates sub-district, Jember district?. The purpose of this study is to determine the level of significance of the independent variables (number of minimarkets, distance, promotions, and services) to the dependent variable (decrease in grocery store turnover) either simultaneously or partially.

This research is a research with a quantitative method approach. Techniques and instruments of data collection respondents using observation, closed questionnaires, and documentation. The technique of collecting sample respondents using purposive sampling while the number of samples in this study were 30 respondents. This research obtained conclusion 1. Based on the simultaneous test (F test) obtained a significance value of 0.000 while the Fcount in this study was 95.865 or ($0.000 < 0.05$) and Count > Table ($64.323 > 2.76$). Thus, the results of the F test (together) show the influence of the independent variables on the number of minimarkets, distance, promotions, and services in decreasing turnover. 2. Based on the partial test (T test) the results obtained show that the number of minimarkets (X_1) has a significance value of > 0.05 ($0.209 > 0.05$) while the count > table ($-1,290 > 2,060$) H_0 is accepted, H_a is rejected. Distance (X_2) obtained a significance value of < 0.05 ($0.003 < 0.05$) while the value of r count > table ($3.333 > 2.060$) H_0 is rejected and H_a is accepted. Promotion (X_3) has a significance value of < 0.05 ($0.020 < 0.05$) and tcount > table ($2,477 > 2,060$) H_0 is rejected H_a is accepted. And service (X_4) has a significance value of < 0.05 ($0.000 < 0.05$) and tcount > table ($4,513 > 2,060$) then H_0 is rejected. H_a is accepted.

Keywords: Number of minimarkets, distance, promotion, service, decrease in turnover

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Penulis panjatkan puji dan syukur kehaditar Allah SWT atas segala limpahan rahmat, kasih sayang serta karunia yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat salam penulis berikan kepada Nabi akhir zaman Nabi Muhammad SAW karenanya penulis merasakan manisnya Iman dan Islam.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari sempurna, banyak hambatan dan kesulitan yang dihadapi. Karena dorongan keyakinan, bantuan, serta dukungan orang terdekat baik keluarga, guru-guru, serta teman-teman karenanya segala kesulitan dapat diatasi. Dengan Keikhlasan dan ketulusan hati penulis ucapkan:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto,S.E.,MM selaku rektor Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
2. Dr. Khamdan Rifai,S.E.,M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
3. Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I. selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
4. Dr. Abdul Rokhim, MEi selaku dosen Penasehat Akademik (DPA).
5. Hj. Nurul Setianingrum,S.E.,M.M selaku dosen Pembimbing Skripsi yang sangat luar biasa baik dan tulus ikhlas memberikan bimbingan dan saran

dalam pengerjaan skripsi ini ditengah pandemi covid-19 sehingga dalam pengerjaannya daring.

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi Islam dan seluruh civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember
7. Kepala perpustakaan Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember dan seluruh stafnya

Kritik Dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam menyempurnakan tugas akhir ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca khususnya kepada penulis sendiri.

Jember, 23 November 2021

Penulis

Khusnul Khotimah
E20162016

UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul.....	i
Persetujuan Pembimbing.....	ii
Pengesahan Tim Penguji	iii
Motto	iv
Persembahan.....	v
Abstrak.....	vi
Kata pengantar	viii
Daftar isi.....	x
Daftar tabel	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	9
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Ruang Lingkup Penelitian	10
a. Variabel Penelitian	10
b. Indikator Penelitian	11
F. Definisi Operasional	12
G. Asumsi Penelitian	13
H. Hipotesis.....	16
I. Metode Penelitian	17
a. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	17

b. Populasi dan Sampel.....	18
c. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	21
d. Analisis Data.....	22
J. Sistematika Pembahasan	29
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	31
A. Kajian Error! Bookmark not defined.	31
a. Penelitian Terdahulu.....	31
B. Kajian Teori.....	41
a. Ritel (Pedagang Eceran)	41
b. Toko Kelontong	45
c. Persaingan Usaha	45
d. Jarak.....	48
e. Promosi.....	48
f. Pelayanan.....	50
g. Omset.....	51
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	53
A. Gambaran Objek Penelitian.....	53
a. Deskripsi Lokasi Penelitian	53
b. Karakteristik Objek Penelitian	55
B. Penyajian Data.....	56
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	58
D. Pembahasan	86
BAB IV PENUTUP	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 PDRB Jawa Timur Tahun 2019	3
Tabel 1.2 Daftar Toko Kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember ..	19
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1 Sarana dan Prasarana Ekonomi Kecamatan Kaliwates	55
Tabel 3.2 Deskripsi Frekuensi Mengenai Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 3.3 Deskripsi Frekuensi Mengenai Umur Responden.....	57
Tabel 3.4 Deskripsi Frekuensi Mengenai Lama Toko Berdiri.....	58
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Jumlah Minimarket (X1)	59
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Jarak (X2)	60
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	61
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X4).....	62
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Variabel Omset (Y)	63
Table 3.10 Hasil Uji Reabilitas	64
Tabel 3.11 Hasil Uji Statistik Variabel Jumlah Minimarket (X1).....	65
Tabel 3.12 Hasil Uji Statistik Variabel Jarak (X2).....	67
Tabel 3.13 Hasil Uji Statistik Variabel Promosi (X3)	69
Tabel 3.14 Hasil Uji Statistik Variabel Pelayanan (X4)	71
Tabel 3.15 Hasil Uji Statistik Variabel Omset (Y).....	73
Tabel 3.16 Hasil Uji Normalitas.....	75
Tabel 3.17 Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 3.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 3.19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas bisnis ritel modern di Indonesia setiap tahunnya mengalami berkembang yang semakin meningkat dari bisnis ritel skala kecil hingga skala besar, Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia mengungkapkan bisnis ritel modern setiap tahunnya mengalami pertumbuhan 10%-15% serta dibuktikan dengan mudah ditemui di setiap sudut kota.¹ Adanya kemampuan peningkatan ekonomi dari suatu daerah dalam hal menghasilkan barang atau jasa yang menjadi salah satu faktor ritel modern mengalami peningkatan. Ritel modern pertama pada Indonesia ialah Sarinah yang berdiri pada tahun 1962 serta baru mengalami berkembang di beberapa tahun berikutnya. Tahun 2003 26,2% perdagangan eceran Indonesia dikuasai oleh gerai yang menggunakan format ritel modern seperti Department Store, Hypermarket, serta pasar swalayan. Di antara ritel modern yang perkembangan pertumbuhannya mengalami akselerasi diraih oleh gerai minimarket yang mempunyai konsep waralaba, prosentase di gerai ini mencapai 51,1% atau jika pada rupiah sebesar Rp 13,6 triliun.²

Tahun 2016 perkembangan ritel modern mengalami kenaikan omset sebanyak 205 triliun, tahun 2017 prosentase omset ritel modern naik sebanyak 3,7% atau setara 212 triliun, tahun 2018 prosentase omset naik sebanyak 5,2% setara dengan 233 triliun pertumbuhan ritel terus semakin tinggi sampai tahun

¹Abdul Aziz, *“Ekonomi Politik Monopoli”*, (Surabaya: Airlangga Universitas Press, 2018),5

²Hendri Ma'ruf, *“Pemasaran Ritel”*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018) 37-39

2019 omset ritel naik sebanyak 10% atau setara 256 triliun.³ Lebih spesifik di tahun 2019 pertumbuhan minimarket waralaba Alfamart serta Indomaret mengalami pertumbuhan sebanyak 12%.⁴ Hal tersebut tidak sinkron dengan keadaan ritel tradisional AC Nielsen menyampaikan pernyataan bahwa donasi penjualan di ritel tradisional mengalami penurunan, penjualan pada ritel tradisional hanya mencapai 75% kemudian tahun berikutnya turun 5%.⁵ Tahun 2016 penjualan di pasar tradisional melambat sebanyak 10,4% serta di tahun berikutnya 2017 penurunan melambat sebesar 2,9% asal tahun sebelumnya.⁶

Dengan jumlah penduduk Indonesia saat ini 270,20 juta jiwa serta mula diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) mengakibatkan Indonesia menjadi pasar yang menjanjikan pada usaha ritel modern. Pada saat ini gerai yang menggunakan format modern semakin banyak diminati, selain sebab gaya rakyat berbelanja yang berubah asal ritel tradisional ke ritel modern pendirian ritel modern ini tidak membutuhkan modal yang besar serta jangka panjang ritel modern ini mempunyai prospek yang baik.⁷

Pada provinsi Jawa timur sektor perdagangan besar serta ecer sebagai sektor yang relatif diminati serta digemari masyarakat Jawa Timur, sektor perdagangan besar dan ecer sebagai penyumbang PDRB terbesar ke 2 atas

³<https://www.kabaruang.com/2019/10/data-pertumbuhan-bisnis-ritel-di-indonesia/diaksestanggal9Februari2020padajam12.48>

⁴[https://ekonomi.bisnis.com/read/20200128/12/1194484/industri-ritel-diprediksi-tumbuh-lebih-baikhttps://www.kabaruang.com/2019/10/data-pertumbuhan-bisnis-ritel-di-indonesia/diakses tanggal 9 Februari 2020 pada jam 13.05](https://ekonomi.bisnis.com/read/20200128/12/1194484/industri-ritel-diprediksi-tumbuh-lebih-baikhttps://www.kabaruang.com/2019/10/data-pertumbuhan-bisnis-ritel-di-indonesia/diakses%20tanggal%209%20Februari%202020padajam13.05)

⁵Euis Soliha, *Analisis Industri Ritel di Indonesia*, Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol.15, No.2, 2008

⁶[https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/10/04/penjualan-ritel-di-pasar-tradisional-dan-modern-melambat/diakses tanggal 6 November 2020 pada jam 13.00](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/10/04/penjualan-ritel-di-pasar-tradisional-dan-modern-melambat/diakses%20tanggal%206%20November%202020padajam13.00)

⁷Mariena Dewi, Musa Hubies, Etty Riani, "Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT Madani Food, Jakarta)", Jurnal Manajemen IKM, Vol.15 No.1

harga berlaku sebanyak 434.246,20 miliar rupiah, atas harga konstan sebanyak 307.838 miliar rupiah, laju pertumbuhan di sektor perdagangan besar dan ecer sebanyak 6,01%.⁸

Tabel 1.1
PDRB Provinsi Jawa Timur 2019 (miliar rupiah)

No	Lapangan Usaha	Atas Dasar Harga Berlaku	Atas dasar Harga Konstan	Laju Pertumb uhan (%)
1.	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	268 772,20	165 665	1,10
2.	Pertambangan dan Penggalian	94 882,00	83 771	1,47
3.	Industri Pengolahan	771 303,50	498 875	6,85
4.	Pengadaan Listrik dan Gas	6 895,00	4 561	1,38
5.	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, dan Daur Ulang	2 018,00	1 588	4,81
6.	Konstruksi	220 279,20	153 690	5,89
7.	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda	434 246,20	307 838	6,01
8.	Transportasi dan Pergudangan	80 707,00	48 471	3,77
9.	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	139 204,20	91 711	7,58
10.	Informasi dan Komunikasi	107 812,70	97 071	7,36
11.	Jasa Keuangan dan Asuransi	62 433,00	28 442	3,86
12.	Real Estate	38 887,80	34 984	6,03
13.	Jasa Perusahaan	19 835,40	13 128	6,66
14.	Administrasi Pemerintah, Pertahanan, dan Jaminan Sosial	56 023,80	34 984	3,72
15.	Jasa Pendidikan	62 136,10	44 019	7,24
16.	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	14 915,00	11 278	7,55
17.	Jasa Lainnya	32 073,40	23 652	6,26
Produk Domestik Regional Bruto		2 352 425,20	1 650 143	5,52

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur (diolah)

Kabupaten Jember mempunyai luas kawasan 3.293,34 km² merupakan bagian daerah Provinsi Jawa Timur, dengan kepadatan penduduk mencapai 2.568.884 jiwa di tahun 2019 dengan pertumbuhan penduduk mencapai 0,38%.

⁸Badan Pusat Statistik, “*Jawa Timur Dalam Angka 2020 Penduduk dan Ketenagakerjaan*”, ISSN: 0215-2193

dari tahun 2018-2019 PDRB Jember mengalami peningkatan yang relatif baik, sesuai atas harga konstan tahun 2018 sebanyak 52,472,979 miliar menjadi 54.204,139 miliar pada tahun 2019, atas dasar harga berlaku tahun 2018 sebesar 72.135,709 miliar menjadi 77.234,242 miliar pada tahun 2019. Sektor Perdagangan besar dan ecer sebagai penyumbang PDRB terbesar ke 3 di Kabupaten Jember atas harga berlaku sebanyak 10.969,279 miliar rupiah, lalu atas nilai harga konstan mencapai 7.414,904 miliar rupiah, laju pertumbuhan di sektor Perdagangan besar dan ecer mendapati kenaikan yang relatif tinggi sebesar 7,80%.⁹

Tahun 2006 pertumbuhan minimarket di Jember mulai berkembang relatif pesat. Data Disperindag dan ESDM Kabupaten Jember menyebutkan, di tahun 2016 pertumbuhan gerai modern mencapai 285 gerai yang tersebar di 32 Kecamatan serta jumlah terbanyak berada di wilayah kecamatan Summersari lalu disusul oleh Kecamatan Kaliwates. Luas daerah kecamatan Kaliwates 25.614 km², jumlah penduduk 117.041 jiwa, persentase penduduk 4,89%, laju pertumbuhan penduduk kecamatan Kaliwates artinya yang paling tinggi yakni 0,59%, dengan kepadatan penduduk tertinggi 4.807 jiwa per-km²serta mempunyai jarak yang relatif dekat dengan sentral kota yakni +-3,1 km.¹⁰ Dengan jumlah penduduk yang padat, aktivitas konsumtif masyarakat Jember setiap harinya relatif besar, faktor lain jarak yang tidak jauh berasal pusat kota menjadi daya tarik investor buat menjadikan Jember menjadi kawasan favorit membuka usaha ritel khususnya pada kecamatan Kaliwates.

⁹Ibid.,

¹⁰Badan Pusat Statistik, “*Kecamatan Kaliwates Dalam Angka 2019*”, ISSN: 3509.1937

Toko kelontong/ritel tradisional merupakan toko yang biasanya memiliki ukuran kecil, sempit serta terletak pada pemukiman masyarakat, jam buka toko kelontong relatif lama sebab keberadaan toko yang menjadi satu dengan tempat tinggal, dan produk yang dijual merupakan barang-barang kebutuhan sehari-hari dan terbatas.¹¹ Ritel modern merupakan hasil dari perkembangan toko kelontong/ritel tradisional dimana pengelolannya dengan memakai konsep modern, dan barang yang dijual beranekaragam.¹² Tak hanya menawarkan produk ritel modern memberikan kenyamanan ketika berbelanja, kemudahan pada pembayaran, kualitas produk yang dijual lebih baik, dan bisa memilih aneka macam kebutuhan tanpa beralih ke minimarket lain sebab barang yang dibutuhkan tersedia pada satu lokasi.¹³ Eksistensi ritel modern ini menguntungkan konsumen sebab selain mendapatkan barang yang dibutuhkan, konsumen juga akan mendapatkan pelayanan yang terbaik, ruangan yang lebih bersih, tertata rapi, dan ber-AC. Dari kepuasan belanja yang didapatkan oleh konsumen berdampak pada gaya belanja konsumen mengalami perubahan yang dari awal berbelanja di gerai tradisional kini beralih ke gerai modern. Semakin banyak perubahan gaya belanja masyarakat memicu munculnya peluang membuka gerai modern yang baru atau perubahan format gerai modern.¹⁴ Selain pelayanan yang baik ritel modern harga yang ditawarkan tidak terpaut jauh dengan harga barang yang ditawarkan di ritel tradisional.

¹¹Philip Kotler, *"Manajemen pemasaran"*, (Jakarta; Erlangga, 2009) 141

¹²Tulus Tambunan TH, dkk.,2004. *"Kajian Persaingan dalam Industri Retail"*, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

¹³Zahrudin Harmizar, *"Menggali Potensi Wirausaha"*, (Bekasi: Dian Anugrah, 2006) 327-328.

¹⁴Abdul Aziz, *"Ekonomi Politik Monopoli"*, (Surabaya: Airlangga Universitas Press, 2018), hlm.40

Berdasarkan perda Kabupaten Jember No 9 tahun 2016 bab 4 pasal 14 yang berlaku dari saat penetapannya hingga kini tentang pendirian, penataan dan pengelolaan pusat perbelanjaan dan toko supermarket. Ditetapkan bahwasannya jarak dengan pasar rakyat yang sudah ada sebelumnya paling sedikit 1.500m, jarak minimarket berjaring dengan pasar rakyat yang sudah terdapat sebelumnya paling sedikit 1.000m, jarak minimarket dengan minimarket berjaring lainnya yang telah ada paling sedikit 1.000m adapun jumlah minimarket dalam peraturan tadi pada setiap Kecamatan ialah 2 gerai kecuali di kecamatan Kaliwates, Kecamatan Sumpalsari serta Kecamatan Patrang paling banyak berdiri adalah 10 gerai.¹⁵ Namun yang terjadi di lapangan Kecamatan Kaliwates terdapat 50 unit gerai minimarket/Supermarket dan tidak jarang mudah dijumpai ritel modern berdiri saling berhadapan dan bahkan berdampingan.¹⁶ Banyaknya ritel modern di satu sisi secara makro menggambarkan perkembangan perekonomian yang bagus, dilain sisi memicu keresahan di kalangan pedagang toko kelontong. Namun pertumbuhan minimarket yang seperti ini jelas tidak sehat. Keberadaan minimarket yang menjamur menyebabkan pedagang kelontong semakin terhimpit dalam persaingan yang tidak seimbang.

Jumlah ritel modern yang banyak juga menyebabkan tata letak ritel modern tidak sesuai dengan perda yang berlaku. Hal ini mudah untuk dibuktikan yakni jarak antar pedagang bisa menyebabkan persaingan antar

¹⁵Perda Kabupaten Jember, No 9 tahun 2016

¹⁶BPS Kabupaten Jember, "Kecamatan Kaliwates dalam Angka 2020" h.88

pedagang, dan mengakibatkan terpengaruhnya peluang pendapatan pedagang.¹⁷ Jarak antara lokasi toko kelontong dan minimarket yang berada di pada satu wilayah kemungkinan besar mensugesti gaya masyarakat berbelanja dari toko kelontong ke ritel modern. Pemilihan keputusan lokasi sangat berpengaruh hal ini berkaitan dengan potensi penjualan serta laba daya saing dan keseimbangan usaha, sebab menyangkut banyak aspek yang dipertimbangkan.¹⁸ Walaupun dampak yang dirasakan tidak langsung membuat pedagang kecil bangkrut, namun eksistensi minimarket yang menggunakan manajemen pemasaran yang kreatif dengan tata letak yang menarik perhatian konsumen. selain itu toko kelontong yang pada keadaannya tidak mengalami peningkatan sebab manajemen pemasaran yang digunakan toko kelontong tidak mengikuti perkembangan zaman. Disisi lain toko kelontong secara umum dimiliki oleh perorangan menggunakan modal yang sedikit serta SDM pengelola rendah.

Bisnis ritel skala kecil merupakan bagian dari UMKM, dimana pada sektor ini berperan penting dalam penyediaan barang kebutuhan sehari-hari selain itu juga bisa menyumbang jumlah kesempatan kerja yang sangat banyak jumlahnya dan menjadi salah satu asal penciptaan pendapatan regional suatu daerah. Keberadaan ritel modern seperti swalayan Indomaret dan Alfamart yang semakin pesat menyebabkan pasar tradisional mengalami kesulitan mendapatkan akses ekonomi.

¹⁷Febrilian Lestario, “*Dampak Pertumbuhan Bisnis Franchise Waralaba Minimarket Terhadap Perkembangan Kedai Tradisional Di Kota Binjai*”, (Jurnal: Manajemen Tools) Vol.7 No.1 Juni 2017, ISSN: 2088-3145

¹⁸Miranti, “*Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Omset Pedagang Warung Kelontong DiJalan Manuruki Makassar*”, (Jurnal: Universitas Negeri Makassar)

Sejalan dengan pemaparan diatas pemilik toko kelontong Muhammad, ibu Fadlun menyebutkan jarak yang dekat dengan minimarket menyebabkan jumlah pengunjung yang datang ke tokonya mengalami menurun sehingga berdampak pada perolehan omset yang didapatkan. Dari total pendapatan perhari +- Rp.1.000.000,00, kini menurun menjadi +- Rp.600.000,00 perhari. Imbuhnya, keberadaan Indomaret selalu berdampingan dengan Alfamart bahkan jarak antara keduanya kurang dari 500 meter, hal ini semakin mempersempit wilayah dagang toko kelontong di daerah tersebut.¹⁹

Kondisi toko kelontong saat ini di ibarat mati segan hidup pun tak mau, karena eksistensi ritel modern sekarang merambah kelas masyarakat ekonomi menengah ke bawah yang notabene segmentasi ritel tradisional. Permasalah ini krusial untuk dipertimbangkan untuk mempertahankan penghasilan pedagang toko kelontong di tengah kerasnya memenuhi kebutuhan hidup. Apalagi warung kelontong yang dijalankan adalah sumber tumpuan pemenuhan kebutuhan hidup. Penelitian ini menganalisis dampak kehadiran minimarket terhadap omzet toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. berasal latar belakang diatas, penulis membahas tentang “Analisis Dampak Jumlah Ritel, Jarak, Promosi, Pelayanan Ritel Modern (Minimarket) Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember”.

¹⁹Wawancara dengan pemilik toko kelontong Muhammad Jl. Nasional III no.17 Mangli Kaliwates Jember pada jam 11.06

B. Rumusan Masalah

1. Apakah jumlah ritel, jarak, promosi, pelayanan ritel modern (Minimarket) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap penurunan omset toko kelontong di kecamatan kaliwates kabupaten jember?
2. Apakah jumlah ritel, jarak, promosi, pelayanan ritel modern (Minimarket) berpengaruh secara parsial atau satu per satu terhadap penurunan omset toko kelontong di kecamatan kaliwates kabupaten jember?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, adapun tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh secara simultan atau keseluruhan dari variabel jumlah ritel, jarak, promosi, pelayanan ritel modern (Minimarket) terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember
2. Mengetahui pengaruh secara parsial atau satu persatu dari masing-masing variabel jumlah ritel, jarak, promosi, pelayanan ritel modern (Minimarket) terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

D. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Untuk peneliti, penelitian ini berguna untuk perantara pengaplikasian ilmu yang didapat pada masa proses belajar di bangku perkuliahan.

b. Bagi Pedagang Kelontong

Untuk pedagang kelontong penelitian ini untuk mengingatkan agar pedagang tetap terus bertahan, pedagang terus berupaya menaikkan daya saing serta terus melakukan inovasi pada usahanya.

c. Bagi Akademik

Untuk referensi penelitian dan pengetahuan seberapa besar keberadaan minimarket di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember terhadap penurunan omset toko kelontong.

E. Ruang Lingkup Penelitian

a. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan atribut yang digunakan oleh peneliti untuk dikaji sebagai akibatnya mendapatkan informasi perihal yang sedang diteliti serta selanjutnya ditarik kesimpulan.²⁰

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a) Variabel Independen

1) Jumlah Ritel (X1)

2) Jarak (X2)

3) Promosi (X3)

4) Pelayanan (X4)

b) Variabel Dependen

1) Penurunan omset toko kelontong (Y)

²⁰ Deni Dermawan, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Bandung:PT. RajaRosdakarya,2014), hlm.108

b. Indikator Penelitian

Indikator pada penelitian ini adalah memecah menjadi beberapa sub variabel sebagai kategori data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Indikator-indikator dalam penelitian ini meliputi:

a. Variabel Independen

1. Variabel jumlah minimarket:

a) Jumlah ritel Indomaret dan Alfamart

2. Indikator Jarak:

a) Jarak antara Indomaret dan Alfamart dan toko kelontong di Kecamatan Kaliwates

3. Indikator Promosi:

a) Iklan

b) Promosi penjualan

c) Kehumasan

d) Penjualan tatap muka

4. Indikator Pelayanan:

a) Unsur Inti

b) Tangibles

c) Augmented

b. Variabel dependen

1. Penurunan omset

F. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan perihal bagaimana variabel-variabel pada penelitian ini diukur. Definisi operasional dari variabel yang diteliti, yaitu:

1. Jumlah Minimarket

Jumlah adalah banyaknya sesuatu benda yang kemudian dikumpulkan menjadi satu.²¹ Pada penelitian ini dengan mengetahui berapa jumlah minimarket yang berdiri dalam satu kawasan.

2. Jarak

Jarak ialah bilangan/nomor yang menunjukkan seberapa jauh benda atau daerah melalui suatu lintasan tertentu.²² Jarak pada penelitian ini merupakan jarak antara toko kelontong dan minimarket.

3. Promosi

Promosi merupakan aktivitas guna mensugesti persangkaan, perilaku, dan sikap konsumen pada ritel menggunakan bermacam-macam penawarannya. Kegiatan bertujuan supaya memberitahukan, memengaruhi, serta mengingatkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.²³

²¹ <https://kbbi.web.id/jumlah>

²² Samuel Konoralma, Vecky A.J. Masinambow, Albert T. Londa, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Nelayan Tradisional Di Kelurahan Tumumpa Kecamatan Tuminting Kota Manado”, (Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 20 No. 02 Tahun 2020)

²³ Asep ST Sujana, “Manajemen Minimarket”, (Jakarta: Raih Asa Sukses, 2012) hlm. 38

4. Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan yang bersifat melayani dapat dilihat dan dirasakan oleh konsumen yang terjalinkarenadampak adanya dari sosialisasi karyawan atau hal-hal yang diberikan dari perusahaan.²⁴

5. Omset

Omset adalah akumulasi pendapatan secara keseluruhan dari barang-barang dan jasa di jual dalam kurun waktu tertentu.²⁵

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian ini menyatakan bahwa jumlah, jarak, promosi, dan pelayanan ritel modern (Minimarket) memiliki pengaruh terhadap penurunan omset pada toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Dengan populasi berjumlah 32 responden berdasarkan kriteria:

1. Toko kelontong memiliki radius kurang dari 1000 meter dari minimarket = 113 unit.
2. Berdiri minimal 2 gerai minimarket di dalam satu wilayah toko kelontong = 49 unit.
3. Toko kelontong sudah berdiri terlebih dahulu di wilayah tersebut sebelum adanya minimarket minimal 1 tahun = 32 unit.

Selanjutnya dari jumlah populasi tersebut ditarik ukuran sampel. Semakin besar jumlah sampel mendekati populasi, seakin kecil peluang kesalahan generalisasi. Jumlah sampel yang paling tepat digunakan dalam

²⁴Ratminto, Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2018),2

²⁵Rusma Rizal, “Analisis Bauran Penasaran Terhadap Omset Penjualan Pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang”, *Jurnal Admika*, No2 (Juli-Desember 2017), 85

penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Tingkat kepercayaan yang dikehendaki tergantung pada sumber data, waktu, dan tenaga yang tersedia. Semakin besar tingkat kesalahan, makin kecil jumlah sampel yang diperlukan.²⁶ Teknik yang digunakan dalam pengambilan ukuran sampel dengan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan

Maka dari itu jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% adalah:

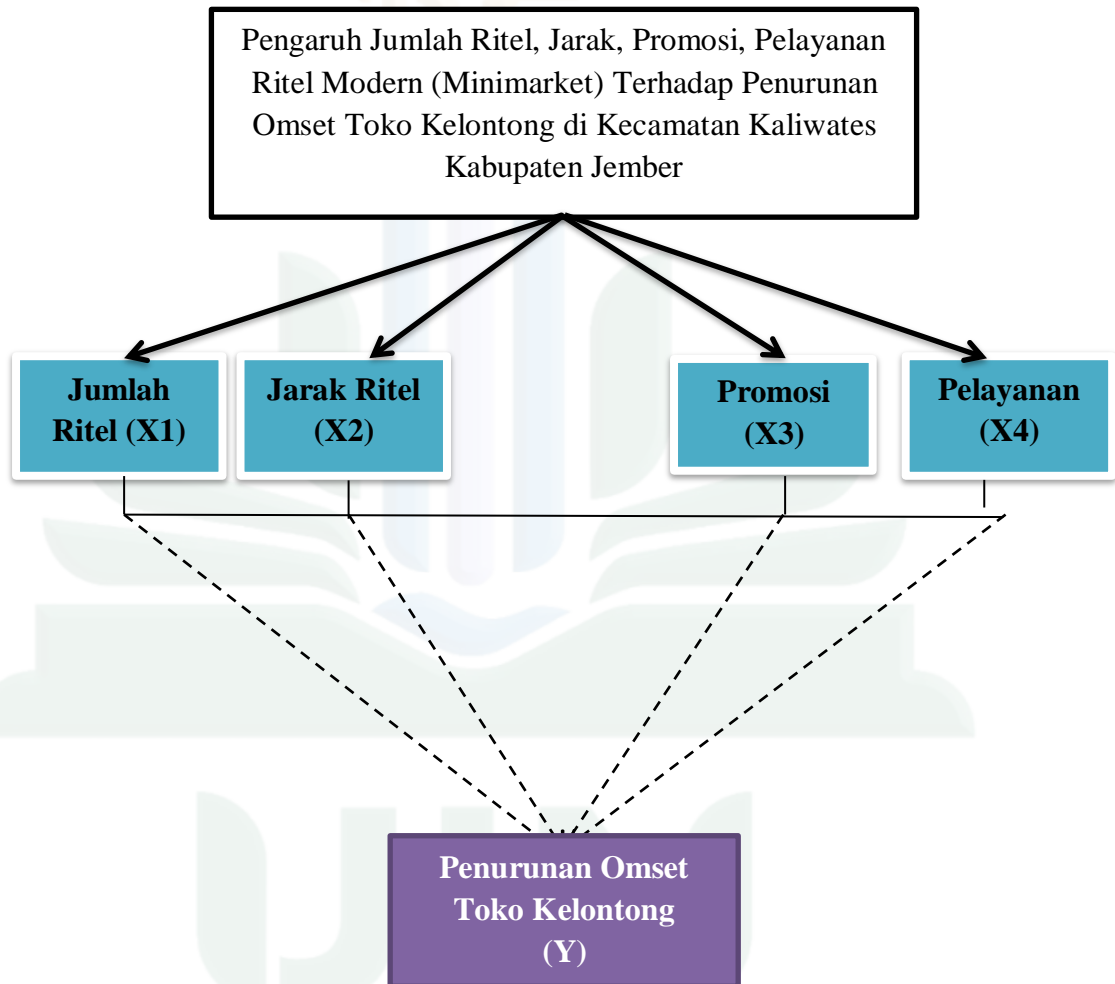
$$\begin{aligned} n &= \frac{32}{1 + 32(0,05)^2} = \frac{32}{1 + 32(0,0025)} \\ &= \frac{32}{1 + 0,08} \\ &= \frac{32}{1,08} \\ &= 29,6 \end{aligned}$$

Maka dari itu jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 29,6 atau dibulatkan menjadi 30 sampel. Dengan presentasi sebesar 93,73% atau 94%.

Berikut merupakan kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

²⁶Etta dan Sopiah, “*Metodelogi Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*”, (Yogyakarta: CV Amdioffset,2010), 188.

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

———— = Berpengaruh secara simultan

----- = Berpengaruh secara parsial

= Variabel Independen

= Variabel Dependen

H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan persoalan penelitian, adapun rumusan persoalan penelitian pada penelitian ini dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Bersifat sementara, dikarenakan jawaban atas rumusan masalah baru didasarkan pada teori, belum didasarkan pada informasi yang diperoleh melalui pengumpulan data.²⁷ Berikut adalah hipotesis dari penelitian ini:

1. Hipotesis secara simultan:

H₀: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel jumlah ritel, jarak, proposi, pelayanan ritel moern (Minimarkert) terhadap variabel penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

H_a: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel jumlah ritel, jarak, proposi, pelayanan ritel moern (Minimarkert) terhadap variabel penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten

2. Hipotesis secara parsial:

a. H₀: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel jumlah ritel terhadap variabel penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

H₁: Terdapat pengaruh signifikan antara variabel jumlah ritel terhadap variabel dependen yaitu penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 64.

b. H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel jarak ritel terhadap variabel penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

H_2 : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel jarak ritel terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

c. H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel promosi ritel terhadap yaitu penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

H_3 : Terdapat pengaruh signifikan variabel promosi ritel terhadap variabel penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

d. H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel pelayanan ritel terhadap variabel penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

H_4 : Terdapat pengaruh signifikan variabel pelayanan ritel terhadap variabel penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

I. Metode Penelitian

a. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian pada penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dipergunakan untuk meneliti populasi atau sampel eksklusif, pengumpulan

data memakai instrumen penelitian, analisis data kuantitatif/statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis.²⁸

b. Populasi dan Sampel

1) Populasi Penelitian

Populasi ialah daerah subjek/objek yang memiliki ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dikaji serta selanjutnya diambil kesimpulan.²⁹ Populasi tidak hanya meliputi objek/subjek orang saja namun objek bisa meliputi benda lain, populasi juga bukan sekedar jumlah yang terdapat di objek/subjek yang sedang dikaji, namun juga mencakup keseluruhan yang dimiliki oleh subjek atau objek penelitian.³⁰ Adapun populasi dalam penelitian ini berdasarkan kriteria berjumlah 32 responden pemilik toko kelontong di Kecamatan Kaliwates kabupaten Jember.

2) Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel didasarkan atas kriteria tertentu. Jumlah responden yang dipergunakan pada penelitian dengan menggunakan rumus slovin sebanyak 30 toko kelontong. Berikut daftar toko kelontong di Kecamatan Kaliwates kabupaten Jember.

²⁸ Ibid,8.

²⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011),80

³⁰ Ibid., 80

Tabel 1.2
Daftar Toko Kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

No	Nama Toko	Nama Pemilik	Alamat	Tahun Berdiri
1	Toko Muhammad	B. Fadlun	Jl. Brawijaya No.28 Mangli, Kaliwates	1987
2	Toko Erma	B. Erma	Jl. Brawijaya No.67 Mangli, Kaliwates	2009
3	Toko Slamet	Slamet Budi Santoso	Jl. Brawijaya No. 80 Mangli, Kaliwates	2012
4	Toko 2005	Husnul Khotimah	Jl. Brawijaya, Krajan, Mangli, Kaliwates	2005
5	Toko Nur Rahmah	B. Titik	Jl. Udang Windu, Mangli, Kaliwates	2007
6	Toko SRC Subur	P. Subur	Jl. Udang Windu, Mangli, Kaliwates	2011
7	Toko Yudi	P. Wahyudi	Jl. Bandeng, Mrapa, Sempusari, Kaliwates	2012
8	Toko Sus	B.Susan	Jl. Bandeng, Mrapa, Sempusari, Kaliwates	2000
9	Toko Barakah	B. Satina	Jl.Gajah Mada, Jember Kidul, Kaliwates	2010
10	Toko Bu Gizo	B. Suhaina	Jl. Teratai, Kaliwates	2008
11	Toko Sams	P. Samsi	Jl. Kenanga No.61, Ledok,Jember Kidul, Kaliwates	2012
12	Toko Bu Siti	B. Siti Ifadhati	Jl. Kenanga , Ledok, Jember Kidul, Kaliwates	1984

13	Toko Muktisari	B. Sari	Jl. Basuki Rahmat, Tegal Besar, Kaliwates	1998
14	Toko Siti	B.Siti	Jl. Basuki Rahmat, Tegal Besar, Kaliwates	2011
15	Toko Hijau	P. Gunadi Ibnu Sulyanto	Jl. Telengseh, Jember Kidul, Kaliwates	1985
16	Toko Bu Bahrum	B. Muzaimah	Jl. Telengseh, Jember Kidul, Kaliwates	2000
17	Toko Rizky	B. Ninik	Jl. Imam Bonjol, Kedung Piring, Tegal Besar, Kaliwates	2002
18	Toko SRC Bambang	B. Bambang	Jl. Imam Bonjol, No.10 Kedung Piring, Tegal Besar, Kaliwates	2004
19	Toko Jauhari	B. Sundari	Jl. Imam Bonjol, No.1 Kedungpring, Tegal Besar, Kaliwates	1981
20	Toko Sari Ternak	B. Wagiyem	Jl. Imam Bonjol, Kedung Piring, Tegal Besar, Kaliwates	2001
21	Toko Nurul	Hj. Nurul	Jl. Moh. Yamin, Kedung Piring, Tegal Besar, Kaliwates	2000
22	Toko Marzuki	B. Sumiati	Jl. Brawijaya, Krajan, Mangli, Kaliwates	2000
23	Toko P. Saiful	P. Saiful	Jl. KH.Siddiq, Jember Kidul, Kaliwates	2010
24	Toko Barokah Asri	B. Endang	Jl. KH.Siddiq, Jember Kidul, Kaliwates	2011
25	Toko B. Misri	B. Misri	Jl. KH.Wachid Hasyim, Kapatihan, Kaliwates,	2012

26	Toko B. Giya	B. Giya	Jl. KH. Wachid Hasyim, Kepatihan, Kecamatan Kaliwates,	2010
27	Toko Amir	B. Siti Amira	Jl. KH. Wachid Hasyim, Kepatihan, Kecamatan Kaliwates,	2009
28	Toko Wahyu	B. Sriwahyunir	Jl. Kauman, Karang Miuwo, Mangli, Kaliwates	2011
29	Toko Zen	B. Zaenab	Jl. Udang Windu, Mangli, Kaliwates	2011
30	Toko B. Yuli	B. Yuli	Jl. Gajah Mada, Kaliwates	2008

Sumber: Data primer observasi lapangan, 2021

c. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dipakai untuk mengumpulkan data penelitian melalui cara pengamatan terhadap aktivitas responden.³¹ Observasi dilakukan dengan cara pengamatan serta pencatatan mengenai apa saja yang terjadi di tempat lapang. Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis observasi non partisipan. Observasi non partisipan artinya peneliti hanya memantau kegiatan dan tak terlibat secara langsung.

³¹Bungin, metode penelitian

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner ialah mengumpulkan/menghimpun data melalui cara pemberian seperangkat pertanyaan teradap responden untuk kemudian dijawab oleh responden secara tertutup.³² Angket diberikan kepada pemilik toko kelontong yang tujuan untuk memperoleh data atau jawaban mengenai pengaruh jumlah minimarket, jarak, harga, promosi, dan pelayanan di minimarket yang berdampak pada penurunan omset toko kelontong mereka. Angket yang digunakan dalam mengukur pernyataan responden menggunakan skala Likert.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah Cara penulis memperoleh informasi yang bersinggungan dengan variabel baik data yang bersumber dari informasi tertulis seperti buku, atau situs web dan lain sebagainya, serta bukti foto yang berkaitan dengan penelitian.³³

d. Analisis Data

a. Analisis Data

Penelitian ini berupa analisis data kuantitatif dimana data yang digunakan adalah data statistik berupa angka dan bilangan. Perangkat analisis pada penelitian ini memakai program software SPSS 20. Maksud dari analisa data ini adalah guna merangkai serta

³²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 201),142.

³³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, suatu Pendekatan Ke Praktek*, (Jakarta: Rineka cipta, 2014),.274.

menginterpretasikan data (kuantitatif) yang telah dihasilkan oleh peneliti.³⁴

b. Alat Analisis Data

1) Uji Validitas

Validitas ialah batas pengukuran dari suatu data yang menyebutkan keabsahan data pada instrumen penelitian. Data tersebut dapat dikatakan valid apabila memiliki tingkat signifikansi yang tinggi dan sebaliknya apabila tingkat signifikansi data rendah maka bisa dikatakan bahwa data tersebut tidak valid. Suatu data yang valid dapat mengukur hasil yang diinginkan oleh peneliti melalui variabel-variabel penelitian.³⁵

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah uji suatu data untuk mendapatkan apakah data tersebut dapat dipercaya atau tidak. Secara bahasa reliabilitas memiliki arti dapat dipercaya. Apabila data tersebut di uji beberapa kali dan diulang maka hasilnya akan tetap sama.³⁶

3) Uji Asumsi Klasik

Guna memperoleh data yang BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) dari perolehan pengujian persamaan regresi linier berganda maka sebelumnya perlu untuk dilakukan uji pada data yang didapatkan adapun maksud dari pengujian data tersebut adalah

³⁴Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, “*Metode Penelitian kuantitatif Teori dan Aplikasi*” (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008),170.

³⁵Achmad Sani Supriyanto dan Masyhuri machfudz, “*Metodelogi Riset Manajemen Sumberdaya Manusia*”, (Malang: UIN-Maliki Press,2010), 252.

³⁶Ibid,194

terpenuhinya syarat uji asumsi klasik.³⁷ Maka serangkaian uji asumsi klasik yang perlu dilakukan adalah:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat dari data yang telah dikumpulkan apakah berdistribusi normal atau tidak, tidak hanya variabel independen yang di uji variabel dependen juga harus di uji. Kemudian hasil dari pengujian tersebut menunjukkan apabila data tersebut berdistribusi normal maka grafik yang muncul menunjukkan perolehan titik-titik pada grafik yang menyebar mengikuti arah garis diagonal.³⁸

Adapun cara lain untuk mendeteksi data terdistribusi normal, pengujian uji normalitas bisa memakai uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas dengan metode ini menunjukkan apabila probabilitas/Asymp. Sig. menunjukkan nilai lebih besar dari *level of significant* (α).³⁹

b) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk melihat apakah dari data yang telah dikumpulkan memiliki korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas.

Untuk mengetahui apakah data tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas yakni dapat dilihat melalui perolehan

³⁷ Agus Widarjono, "Ekonometrika Teori dan Aplikasi", (Yogyakarta: Ekonisia, 2005),65.

³⁸ Ibid.,

³⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2009),8.

nilai Tolerance (TOL) dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) disetiap perolehan nilai atas variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai VIF harus kurang dari 10 agar data tersebut terbebas dari multikolinieritas. Untuk nilai tolerance harus memperoleh nilai lebih dari 0,10.⁴⁰

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bisa dengan diamati melalui uji scatterplot. Dari uji scatterplot dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas menunjukkan grafik sumbu horizontal menggambarkan predicted standardized dan sumbu vertikal menggambarkan residual standardized. Apabila hasil uji scatterplot menggambarkan pola tertentu, maka data tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila garif scatterplot tidak membentuk suatu pola artinya data tersebut terbebas dari masalah heteroskedastisitas.⁴¹

4) Analisis Regresi Berganda

a) Uji t (Parsial)

Uji ini dipakai untuk membandingkan hasil signifikansi data dalam penelitian dari variabel independen terhadap variabel dependen tersebut sama atau berbeda.⁴²

⁴⁰Husein Umar, "Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma, dan Berbasis Pemecahan Masalah". (Jakarta: Rajawali Pres, 2008).77.

⁴¹Agus Widarjo, "Ekonomi Teori dan Aplikasi", (Yogyakarta: Ekomonisia,2005),131.

⁴²Riduwan dan H. Sunarto, "Pengantar Statistik" (Bandung: Alfabeta, 2014),126.

a. Hipotesis

H_0 : tidak berpengaruh signifikan secara sendiri-sendiri antara variabel independen (jumlah ritel, jarak, promosi, dan pelayanan) terhadap variabel dependen yaitu penurunan omset toko kelontong

H_a : berpengaruh signifikan secara sendiri-sendiri antara variabel independen (jumlah ritel, jarak, promosi, dan pelayanan) terhadap variabel dependen yaitu penurunan omset toko kelontong

b. Nilai Kritis

Dalam penelitian ini nilai kritis yang digunakan ialah 5% ($\alpha = 0,05$), apabila hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut dikatakan signifikan, dan sebaliknya apabila didapatkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data tersebut tidak signifikan. Adapun untuk mengetahui dampak negatif/positif dari suatu data bisa dengan melihat nilai t, dan nilai t tabel dapat diketahui melalui tabel distribusi.

c. Nilai Hitung

$$t = \frac{b_1 - B_i}{sb_1} \quad t = \frac{b_1 - B_i}{sb_1}$$

Keterangan:

b = koefisien regresi parsial

B = nilai B tertentu sesuai hipotesis

S = simpangan baku koefisien regresi b

$I = 1, 2, 3, \dots$

d. Pengambilan keputusan

a. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b. Apabila nilai t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

b) Uji f (Simultan)

Pengujian F (simultan) digunakan guna menguji besarnya pengaruh secara keseluruhan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji simultan memperoleh nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut terdapat hubungan yang signifikan secara keseluruhan.⁴³ Uji simultan pada penelitian ini digunakan untuk melihat apakah variabel independen (jumlah ritel, jarak, promosi, dan pelayanan ritel modern) signifikan berpengaruh terhadap penurunan omset toko kelontong di kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

a. Hipotesis

H_0 : tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama variabel independen (jumlah ritel, jarak, promosi, dan pelayanan) terhadap variabel dependen yaitu penurunan omset toko kelontong

⁴³Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, “*Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya*”, (Jakarta : Kencana, 2016).96-97.

H_a : berpengaruh signifikan secara bersama-sama variabel independen (jumlah ritel, jarak, promosi, dan pelayanan) terhadap variabel dependen yaitu penurunan omset toko kelontong

b. Menentukan taraf α /level of significance = 5%

c. Menentukan F hitung

$$F = \frac{R^2(n - k - 1)}{K(1 - R^2)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

d. Ditentukan nilai F pada tabel distribusi ialah $\alpha = 5\%$ dan memiliki keyakinan 95%

e. Pengambilan keputusan

a. Apabila didapatkan hasil F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b. Apabila nilai F hitung < F tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

c) Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 atau koefisien determinasi merupakan angka yang menunjukkan hasil keseluruhan dalam bentuk persentase dari

persamaan regresi. Semakin banyak variabel yang tercakup dalam model, semakin besar nilai R^2 tersebut.⁴⁴

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus koefisien determinasi:

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi

J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pada pembahasan ini berisi perihal pendiskripsian alur pembahasan skripsi yang dimulai dari Bab pendahuluan sampai pada Bab penutup.

BAB I, Pendahuluan terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II, Kajian Kepustakaan yang berisi perihal penelitian terdahulu serta pengkajian teori.

BAB III, Penyajian Data dan Analisis terdiri atas gambaran objek dari penelitian, penyajian semua data, serta analisis pada data, dan juga pembahasan.

⁴⁴Agus Widarjo, *“Ekonomi Teori dan Aplikasi”*. (Yogyakarta: Ekomonisia,2005),86-87.

BAB IV Penutup atau Kesimpulan dan Saran berisi kesimpulan dan juga saran yang bersifat konstruktif bagi segala pihak-pihak pada umumnya dan bagi objek yang diteliti pada khususnya.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Kepustakaan

a. Penelitian Terdahulu

Tujuannya untuk mengetahui keaslian penelitian, maka perlu dipaparkan dari beberapa perolehan penelitian terdahulu memiliki fokus penelitian yang berkaitan dengan pengaruh jumlah ritel modern, jarak, promosi, dan pelayanan terhadap penurunan omset toko kelontong. Beberapa penelitian itu sebagai berikut:

1. Nadila Jamal, *Analisis Keberadaan Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Kecil Disekitarnya Menuyyrut Perspektif Ekonomi Syariah*, (2019) Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon⁴⁵

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nadila Jamal ini memakai metode kualitatif yang mendeskripsikan mengenai apa dampak minimarket terhadap kelangsungan usaha kecil serta dilihat dari perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, maka data yang diperoleh peneliti didapatkan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi lokasi. Lalu data tersebut diolah dengan cara kualitatif serta analisis memakai metode reduksi, penyajian data, dan pembuktian data.

⁴⁵Nadila Jamal, *Analisis Keberadaan Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Kecil Disekitarnya Menuyyrut Perspektif Ekonomi Syariah*, (Skirpsi : Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon)

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa eksistensi minimarket berdampak pada taraf keuntungan toko tradisional, toko tradisional yang berdampak penurunan sangat signifikan terjadi di toko tradisional yang jarak sangat dekat dengan minimarket. Lain halnya dengan toko tradisional yang ber jaraknya relatif jauh dari minimarket mengalami dampak penurunan keuntungan relatif tidak banyak. Jikalau dilihat asal perspektif syariah pihak toko tradisional yang menjalankan usahanya sinkron menggunakan syariat islam.

Persamaan dalam penelitian tersebut terdapat pada beberapa variabel independen seperti jarak, promosi, dan pelayanan. Variabel dependen perubahan omset toko kelontong/toko kecil yang berada di sekitar minimarket. Perbedaan penelitian tersebut ialah metode penelitian yang dilakukan, penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, lokasi penelitian.

2. Nasrul Azidin, *Persaingan Bisnis Antara Ritel Modern dan Ritel Tradisional (Studi Kasus Alfamart dan Indomaret Terhadap Toko Kecil di sekitarnya Desa Sido Mukti, Gedung Aji Baru, Tulang Bawang)* (2019) FEBI IAIN Metro.⁴⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Azidin memakai penelitian kualitatif dengan cara berfikir induktif. Pengumpulan informasi atau data yang diperoleh peneliti melalui wawancara dari pemilik toko kelontong dan serta kepala toko Alfamart dan Indomaret

⁴⁶Nasrul Azidin, *“Persaingan Bisnis Antara Ritel Modern dan Ritel Tradisionel (Studi Kasus Alfamart dan Indomaret Terhadap Toko Kecil di Sekitarnya Desa Sido Mukti, Gedung Aji Baru, Tulang Bawang)”* (Skripsi : Fakultas Ekonomi Syari’ah Institut Agama Islam Negeri Metro)

serta dokumentasi. Dengan menggunakan variabel bebas berupa tempat, fasilitas, promosi, dan pelayanan toko.

Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa keberadaan minimarket di desa Sido Mukti mempengaruhi omset para pemilik toko kecil yang ada disekitarnya karena dari segi modal, fasilitas, promosi, dan pelayanan toko tidak mampu mengimbangi ritel modern.

Persamaan dalam penelitian tersebut terdapat dalam beberapa variabel bebas yakni pelayanan, dan promosi. Fokus penelitian sama-sama terhadap penurunan omset toko kelontong/toko kecil yang berada di sekitar minimarket. Perbedaan penelitian tersebut meliputi metode penelitian dan lokasi penelitian yang berbeda, beberapa variabel independen.

3. Lukman Abdul Rahman, *Analisis pengaruh pasar modern terhadap omzet pedagang tradisional*, (2019) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.⁴⁷

Penelitian Lukman Abdul Rahman menganalisis dampak perubahan omset pedagang tradisional setelah berdirinya pasar modern, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini penjualan, lokasi, dan kualitas produk pasar modern. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dalam

⁴⁷Lukman Abdul Rahman, *'Analisis pengaruh pasar modern terhadap omzet peagang tradisional'*, (Skripsi:Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatra Utara)

menentukan jumlah responden peneliti menggunakan rumus slovin dan analisis data pada penelitian ini memakai regresi linier berganda.

Dari penelitian Lukman Abdurrahman didapatkan pengaruh omset toko kelontong dipengaruhi oleh variabel penjualan, lokasi, dan kualitas produk pasar modern. Koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini adalah 0.308 atau 30,8% dan sisanya 69,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Azidin ialah variabel dependen penurunan omset dan metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif regresi linier berganda. Sedangkan perbedaannya adalah variabel bebas yang digunakan, fokus penelitian.

4. Jagadhita Obsidian, *Pengaruh berkembangnya minimarket modern terhadap kelangsungan usaha toko tradisional*, (2019) FE Universitas Islam Indonesia.⁴⁸

Penelitian Jagadhita Obsidian berupa penganalisaan perbedaan jumlah konsumen, perubahan keuntungan, dan jam buka toko tradisional sebelum dan sesudah ada minimarket modern. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan data yang diperoleh melalui wawancara dengan pedagang toko tradisional.

Penelitian tersebut memaparkansemenjak keberadaan eksistensi minimarket modern yang berada di kawasan tersebut

⁴⁸Jagadhita Obsidian, "*Pengaruh berkembangnya minimarket modern terhadap kelangsungan usaha toko tradisional*", (Skripsi:Fakultas Ekonomi UniversitasIslam Indonesia)

berdampak negatif terhadap jumlah konsumen, omset penjualan, keuntungan, dan jumlah jam buka toko tradisional. Akibatnya pedagang toko tradisional merubah sistem jam buka dan tutup toko mereka secara bertahap.

Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada salah satu variabel yakni omset. Perbedaan sangat mencolok sekali yakni terdapat pada jenis pendekatan penelitian kualitatif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan memakai pendekatan kuantitatif analisis regresi linier berganda, dan lokasi penelitian.

5. Winda Tria, *Dampak keberadaan ritel modern terhadap keberlangsungan ritel modern*, (2018) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry⁴⁹

Penelitian Winda Tria dilakukan guna mendapatkan informasi tingkat keuntungan, pendapatan dan jumlah pembeli toko kelontong sebelum dan sesudah adanya ritel modern. Metode penelitian yang digunakan memakai metode penelitian kuantitatif dengan analisis statistik paired sample t-test.

Penelitian tersebut memaparkan bahwa dampak keberadaan ritel modern berpengaruh terhadap perubahan jumlah keuntungan, pendapatan, dan jumlah pembeli ritel tradisional. Dan didapatkan hasil bahwa baik sebelum dan sesudah berdirinya minimarket tidak ada

⁴⁹Windatria, "*Dampak keberadaan ritel modern terhadap keberlangsungan ritel modern*", (skripsi:Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)

pengaruh yang signifikan dari keuntungan, pendapatan, dan jumlah pembeli ritel tradisional sebelum dan sesudah adanya ritel modern.

Persamaan penelitian tersebut yakni objek pembahasan ritel modern, penggunaan metode penelitian. Sedangkan perbedaannya variabel-variabel yang digunakan, lokasi penelitian yang berbeda, dan variabel terikatnya.

6. Muhammad Shaf Karim, *Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern (Minimarket) Terhadap Pedagang Kelontong Di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batubara*, (2018) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.⁵⁰

Jenis metode penelitian yang digunakan oleh Muhammad Shaf Karim menggunakan adalah penelitian kuantitatif, adapun cara memperoleh informasi dari responden peneliti memberikan kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka terhadap 56 responden. Pengujian hipotesis dengan memakai Paired Sample t-test untuk memperoleh informasi perbedaan sebelum dan sesudah adanya minimarket.

Penelitian Muhammad Shaf Karim memperoleh hasil tingkat signifikansi dari 56 responden menunjukkan setiap variabel memiliki signifikansi kurang dari 0,05 artinya setiap variabel mempunyai dampak yang signifikan perubahan tingkat omset, keuntungan, dan jumlah pengunjung toko.

⁵⁰Muhammad Shaf Karim, “*Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern (Minimarket) Terhadap Pedagang Kelontong Di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batubara*” (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan)

Persamaan dalam penelitian ini adalah objek dan fokus penelitian yakni Minimarket dan toko kelontong. Perbedaan penelitian tersebut adalah metode analisis data yang digunakan dan lokasi penelitian.

7. Stefanus Maximus Lamere, *“Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi”*(2017) Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma⁵¹

Penelitian Stefanus Maximus Lamere Dilakukan guna memperoleh informasi kepuasan konsumen atau loyalitas konsumen dari suatu ritel dengan menggunakan variabel lokasi, harga, produk, dan promosi. Peneliti memperoleh responden dengan menggunakan teknik purposive sampling, dengan membagikan kuesioner terhadap responden.

Penelitian ini menunjukkan hasil loyalitas konsumen dipengaruhi oleh harga, produk terhadap loyalitas konsumen dan loyalitas kepuasan konsumen tidak di pengaruh lokasi dan promosi pada warung Kopi Lidahibu, Sleman, Yogyakarta.

Persamaan dalam penelitian tersebut terdapat pada beberapa variabel bebas yakni promosi dan penentuan sampel memakai teknik purposive sampling. Perbedaan terdapat pada objek penelitiannya pada penelitian tersebut pada warung kopi, sedangkan pada penelitian

⁵¹Stefanus Maximus Lamera, *Pengaruh Harga, Lokasi, Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi*(Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)

ini objek penelitiannya di toko kelontong dan lokasi pemilihan tempat penelitian.

8. Nurul Fitri, *Analisis Dampak Usaha Ritel Modern Terhadap Usaha Ritel Tradisional Di Kota Yogyakarta*, (2017) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.⁵²

Penelitian Nurul Fitri Memakai metode penelitian kuantitatif. Dalam hal pengumpulan informasi penelitian menggunakan penyebaran kuesioner serta wawancara.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan tidak ada perubahan yang signifikan terhadap perolehan omzet toko kelontong sebelum dan sesudah ritel modern. Tetapi keberadaan ritel modern berpengaruh signifikan terhadap biaya usaha dan laba bersih toko kelontong.

Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah metode penelitian kuantitatif model regresi linier berganda. Sedangkan letak perbedaan dengan skripsi tersebut penulis menggunakan toko kelontong sebagai fokus utamanya dan wilayah yang diteliti yaitu Kabupaten Jember Kecamatan Kaliwates.

9. Anastya kusuma Dewi, *Pengaruh Retail Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Di Swalayan Putra Baru Bandar Jaya*, (2017) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.⁵³

⁵²Nurul Fitri, “*Analisis Dampak Usaha Ritel Modern Terhadap Usaha Ritel Tradisional di Kota Yogyakarta*” (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)

⁵³Anastya kusuma Dewi, “*Pengaruh Retail Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Di Swalayan Putra Baru Bandar Jaya*” (Skripsi:Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan)

Penelitian tersebut menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan penggunaan sampel sebanyak 110 konsumen, dengan menggunakan accidental sampling.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa seluruh uji hipotesis membuktikan bahwa bauran ritel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Persamaan dari penelitian tersebut menggunakan beberapa variabel independen yang dipakai yaitu harga, promosi, dan pelayanan. Penggunaan metode penelitian juga sama yakni menggunakan kuantitatif alat analisis regresi linier berganda. Sedangkan perbedaan terdapat pada lokasi penelitian yang berbeda dan ada tambahan dari variabel bebas.

10. Irfan Nurhuda, “Analisis Fakto-*faktor* yang mempengaruhi perubahan keuntungan usaha *toko* kelontong akibat munculnya minimarket modern”, (2017) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta⁵⁴

Penelitian Irfan Nurhuda Dilakukan guna memperoleh informasi adanya perubahan keuntungan omset toko kelontong setelah berdirinya minimal. Penelitian tersebut menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis regresi berganda.

⁵⁴Irfan Nurhuda, “*Analisis Fakto-faktor yang mempengaruhi perubahan keuntungan usaha toko kelontong akibat munculnya miimarket modern*”, (2017) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Penelitian tersebut menyebutkan bahwa adanya pengaruh dari eksistensi minimarket terhadap perubahan keuntungan usaha toko kelontong. Variabel perubahan omset penjualan dan jarak antara minimarket dan toko kelontong memiliki hasil yang signifikan terhadap perubahan sedangkan variabel lainnya diferensiasi produk dan jumlah jam tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan usaha toko kelontong.

Persamaan dalam penelitian tersebut yakni variabel bebas berupa jarak, metode penelitian menggunakan kuantitatif, dan objek penelitian. Sedangkan perbedaannya lokasi penelitian.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Persamaan	Perbedaan
1	Nadila Jamal, 2019	- Variabel independen jarak, promosi, dan pelayanan - Variabel dependen	- Lokasi penelitian - Metode penelitian - Variabel independen jumlah minimarket (X1)
2	Nasrul Azidin, 2019	- Variabel independen promosi dan pelayanan - Variabel dependen perubahan omset toko kelontong - Metode penelitian	- Lokasi penelitian - Variabel independen jumlah minimarket (X1), dan jarak (X2)
3	Lukman Abdul Rahman 2019	- Menggunakan metode penelitian kuantitatif - Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda.	- Lokasi penelitian.
4	Jagadhita Obsidian 2019	- Variabel omset	- Metode penelitian yang digunakan - Lokasi penelitian

5	WindaTria 2018	- Objek permasalahan ritel modern - Metode penelitian	- Lokasi penelitian, variabel-variabel yang digunakan
6	Muhammad Shaf Karim, 2018	- Jenis penelitian kuantitatif dan objek dan fokus penelitian yakni Minimarket dan toko kelontong.	- Variabel bebas lebih bervariasi - Lokasi dilakukannya penelitian.
7	Stefanus Maximus Lamere, 2017	- variabel independen yakni Promosi - variabel dependen yakni penurunan omset - metode penelitian kuantitatif	- Objek Penelitian - Lokasi penelitian - Variabel independen lainnya
8	Nurul Fitri, 2017	- variabel independen yakni Promosi - penelitian kuantitatif	- lokasi penelitian - beberapa variabel independen
9	Anastya Kusuma Dewi, 2017	- Variabel independen promosi, dan pelayanan. - Variabel dependen - Metode penelitian	- Lokasi penelitian - Variabel independen jarak, jumlah minimarket
10	Irfan Nurhuda 2017	- Variabel bebas (jarak), metode penelitian	- Lokasi penelitian

Sumber data: Data diolah peneliti

B. Kajian Teori

1. Ritel (Pedagang Eceran)

a) Pengertian Ritel (Pedagang Eceran)

Ritel merupakan perdagangan jasa maupun barang yang langsung disalurkan pada konsumen pada tingkat akhir atau masyarakat untuk memenuhi hidupnya dengan tidak menjual kembali.

Ritel menjembatani sistem penyaluran pemasaran, dimana peritel memperoleh barang dari produsen/supplier kemudian menjual kepada konsumen tingkat akhir.⁵⁵

b) Jenis-Jenis Pedagang Eceran

Perdagangan ritel dibagi sebagai 2 jenis, yaitu ritel tradisional serta ritel modern. Ritel modern merupakan bentuk pembaruan terbaru dari ritel tradisional yang dikelola dengan cara modern transaksi tawar menawar harga tidak terlibat secara eksklusif tetapi konsumen dapat memperhatikan label harga yang tertera pada rak, dan pelayanan pengambilan produk dilakukan secara mandiri dan pembayaran dilayani oleh pramuniaga.

Perpres No 112 Tahun 2007 Jenis-jenis perdagangan eceran dibagi menjadi:⁵⁶

1) Pasar Tradisional

Market/pasar yang didirikan dan pengelolaannya dilakukan oleh pemerintah, dan biasanya pemerintah juga dapat bekerjasama dengan lembaga swasta baik dalam pemenuhan tempat usaha bati skala besar sampai skala kecil dengan proses transaksi tawar menawar harga secara langsung.

⁵⁵Selvi Yana Br. Ginting, *Keberadaan Minimarket Alfamart Dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisioanl Di Ilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan*, Jurnal Swarnabhumi Vol.3, No.1, Agustus 2018

⁵⁶Tri Joko Utomo, *Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional VS Modern*, Fokus Ekonomi, Vol 6 No. 1 Juni 2011:122-133

2) Toko Modern

Ritel/toko modern pengelolaannya menggunakan sistem yang modern yakni konsumen dapat mengambil barang yang diinginkan secara mandiri, adapun produk yang ditawarkan di ritel modern terdiri dari jenis barang yang dijual secara eceran. Beberapa klasifikasi ritel modern berdasarkan ukuran bangunan yang tertuang dalam pasal 3:

a) Minimarket

Minimarket merupakan ritel modern dengan ukuran relatif kecil dibandingkan dengan ritel modern lainnya yakni kurang dari 400m². Minimarket sendiri merupakan hasil dari pengembangan toko kelontong yang pengelolaannya dijalankan lebih modern dan barang yang ditawarkan lebih bervariasi.⁵⁷

Di Indonesia terdapat dua pemain besar dari kelompok minimarket yakni Indomaret dan Alfamart. Kedua minimarket tersebut sangat agresif dalam mengembangkan jumlah ritel mereka hingga sistem *franchise* digunakan dalam misi meningkatkan jumlah ritel Indomaret dan Alfamart. Tidak lain tujuan kedua minimarket memperbanyak jumlah gerai disebabkan mereka ingin mengembangkan bisnis mereka sehingga bisa bersaing dengan Hypermarket, Supermarket, dan

⁵⁷Tulus Tambunan TH, dkk., 2004. *Kajian Persaingan dalam Industri Retail* . Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

Departemen Store hingga pada tujuan terakhir untuk memperoleh posisi tawar ke pemasok.⁵⁸

b) Supermarket

Supermarket merupakan bagian dari ritel modern yang operasionalnya relatif besar, namun dengan biaya minim, dan perolehan keuntungan yang kecil tapi volume penjualan terus meningkat. Barang yang ditawarkan di kelompok berdasarkan lini produknya, konsumen mengambil barang dengan mandiri. Supermarket diperuntukkan memenuhi segala kebutuhan konsumen misalnya ikan/daging, hasil olahan, *dray food*, makanan basah, di supermarket juga menjual produk-produk selain makanan seperti mainan, majalah, dan sebagainya.⁵⁹

c) Hypermarket

Hypermarket adalah bagian dari ritel modern yang mengkombinasikan model ritel modern warehouse store, supermarket, dan minimarket pada satu gedung. Adapun produk yang dijual lebih lengkap dari ritel modern lainnya yang berdiri berdasarkan klasifikasi dan harga yang dijual lebih hemat dan tidak berbeda jauh dari harga yang ditawarkan oleh Hypermarket.

⁵⁸Pandin, Marina L., "Potret Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern". Economic Review No.215 Maret 2009

⁵⁹Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Edisi I. Yogyakarta: Penerbit ANDI

2. Toko Kelontong

Toko kelontong atau dianggap warung yang menyediakan kebutuhan sehari-hari serta merupakan usaha mikro yang kepemilikannya dimiliki oleh orang pribadi, kegiatan menjual barang menggunakan langsung oleh pelayan toko kelontong, serta pada kebiasaannya toko kelontong pelayan toko merangkap kasir. Kesimpulannya toko kelontong merupakan usaha yang tergolong dalam usaha mikro yang berdiri sendiri dilakukan oleh orang pribadi dan bukan bagian dari anak perusahaan.⁶⁰

Toko kelontong tergolong dari kegiatan usaha kecil terdiri dari UKM dan IK. UKM juga IK menjadi bagian yang krusial dari sistem perekonomian nasional dalam hal peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui penyedia lapangan usaha, lapangan kerja, serta pendapatan warga.⁶¹

3. Persaingan Usaha

a) Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan merupakan suatu aktivitas yang didalamnya terdapat perlombaan dari sebuah perusahaan untuk tercapainya tujuan, contohnya konsumen, omset dan juga pangsa pasar.⁶²

Persaingan pada kamus manajemen diartikan dengan usaha yang dilakukan oleh kedua belah pihak ataupun selebihnya perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Beberapa bentuk

⁶⁰Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, tentang *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.

⁶¹Siti Rahmatia. *Analisis nilai Tambah Produk Kerupuk Udang Pada Industri Rumahan Di Desa Muara Pantuan Kabupaten Kutai Kartanegara*. eJournal Administrasi Bisnis. 2018.

⁶²Mudraj Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), 86

upaya persaingan yang dilakukan oleh perusahaan meliputi pemotongan harga, iklan, promosi, menawarkan variasi kualitas produk, hingga kemasan produk.⁶³

Penting juga mengetahui jumlah dan ukuran dari ritel-ritel pesaing dalam satu kawasan. Perlunya diperhatikan bahwa pertumbuhan jumlah ritel harus sejalan dengan besarnya pertumbuhan permintaan pasar. Apabila sebuah ritel memperluas ruang geraknya tanpa melihat bagaimana potensi pertumbuhan permintaan pasar maka akan berdampak pada penurunan omset pada sebagian peritel lainnya. Dapat diasumsikan apabila perusahaan atau peritel membuka gerai baru maka kemungkinan akan terjadi kejenuhan pasar, sehingga banyak gerai yang berdiri dibandingkan total belanja konsumen.⁶⁴

b) Jenis-jenis Persaingan Usaha

Persaingan usaha dibagi menjadi dua yaitu:⁶⁵

a. Persaingan Sehat

- 1) Terjaminnya suatu persaingan di pasar yang *inheren* dengan pencapaian efisiensi ekonomi pada seluruh bidang aktivitas usaha dan perdagangan
- 2) Jaminan kesejahteraan pelanggan serta perlindungan privasi pelanggan.

⁶³B.N. Marbun, *Kamus Manajemen*. (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), 276

⁶⁴Hendri Ma'ruf, "*Pemasaran Ritel*", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 125

⁶⁵Suharsihdan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 42.

3) Memiliki kesempatan yang luas serta melindungi supaya tidak menjadi fokus utama kekuatan ekonomi terdapat golongan tertentu.

b. Persaingan Tidak Sehat

Persaingan tidak sehat terdapat pembagian dari persaingan tidak sehat yaitu:⁶⁶

1) Anti persaingan

Yang dimaksud dengan anti persaingan ialah suatu perbuatan yang tidak mengharapkan adanya persaingan dalam usahanya sehingga sebisa mungkin seseorang/kelompok melakukan caranya untuk menghindari persaingan. Beberapa cara seseorang/kelompok melakukan persaingan tidak sehat, antara lain:

- a) Monopoli
- b) Kartel
- c) *Dominant Firm* (Posisi Dominan)

2) Persaingan Curang

Persaingan curang dilakukan dengan caranya melanggar moral dengan cara non-liminatif contoh perbuatan dalam persaingan curang ini yaitu:

- a) Memberi informasi yang tidak benar atas barang miliknya maupun milik pesaingnya

⁶⁶ Ibid., 52-56

- b) Memalsukan barang dagangan
- c) Mengirimkan barang yang tidak sesuai dengan yang dipesan
- d) Menjelekkkan produk pesaingnya
- e) Menjual dengan harga yang tidak wajar

4. Jarak

Jarak ialah seberapa jauh benda satu dengan yang lain dalam satu lintasan. Jarak yang terjadi antara pedagang dapat menyebabkan persaingan, sehingga berpengaruh terhadap pendapatan pedagang.

Jarak ritel modern yang tidak jauh dari toko kelontong berdampak pada gaya konsumsi masyarakat dalam memilih tempat berbelanja dan mempengaruhi omset pendapatan terutama pada toko kelontong akan mengalami penurunan jumlah konsumen dan omset yang diterima terlebih lagi di ritel modern tersedia berbagai macam produk yang dibutuhkan konsumen.⁶⁷ Jarak antara lokasi suatu pedagang lain terdapat jarak yang membutuhkan tenaga, waktu dan biaya mengakibatkan pedagang yang terletak di suatu tempat yang strategis atau dekat dengan pemukiman maka cenderung menaikkan harganya tanpa khawatir pelanggan berpindah ke ritel lain.

5. Promosi

a) Pengertian Promosi

Promosi ialah pemotongan harga yang dibagikan terhadap konsumen maupun peredaran penjualan yang bertujuan supaya

⁶⁷Wilda Nuraftia dan Irawati. *Dampak Pendirian Minimarket terhadap Omset Pedagang Tradisional di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi*, (Studi Kebijakan Peraturan Bupati Nomer 16 Tahun 2007). Jurnal Madani Edisi II

berpengaruh kepada persepsi konsumen agar ingin membelinya dan menaikkan tingkat pembelian suatu barang.⁶⁸

Pada promosi yang perlu dibangun ialah komunikasi antar pihak produsen dengan para pelanggan. Dengan begitu akan menimbulkan pengaruh yang baik untuk membangun rasa kepercayaan dari komunikasi yang jelas dan baik.⁶⁹

b) Karakteristik Promosi

1. *Advertensi* adalah pengiklanan melalui media yang digunakan seperti media elektronik dan media cetak.
2. *Personal Selling* karyawan/staff menawarkan produknya kepada konsumen guna mencapai tujuan, konsumen membeli produk yang sedang ditawarkan.
3. Promosi *penjualan (sales promotion)*, adalah segala aktivitas penjualan yang dilakukan oleh karyawan atau staf untuk mempengaruhi minat konsumen dengan cara demonstrasi dan lain sebagainya tidak serta tidak digunakan seterusnya.
4. *Publisitas (publicity)*, promosi dengan mengiklankan suatu produk ke ranah publik untuk meningkatkan permintaan dari produk yang sedang diiklankan..

⁶⁸Ujang Sumarwan, “*Strategi pemasaran strategis: Perspektif perilaku Konsumen Dan Marketing Plan*”, (Bogor : IPB Press,2015),63.

⁶⁹Ibid.155.

6. Pelayanan

Pelayanan yang ditawarkan oleh ritel digunakan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen ketika sedang berbelanja. Adapun fasilitas yang diberikan oleh ritel modern kepada konsumen berupa pembayaran yang mudah, dan fasilitas lainnya seperti kamar mandi, *food court*, sarana parkir, dan tempat mengganti pakaian bayi.⁷⁰

Retail *service* dan unsur bauran pemasaran ritel yang lain berfungsi untuk memenuhi keperluan konsumen saat berbelanja di gerai. Pada dasarnya pembeli mencari barang untuk memenuhi kebutuhannya namun gerai eceran menjual barang kasat mata. Contohnya konsumen membeli air dalam kemasan sebenarnya yang dibutuhkan oleh pembeli adalah untuk menghilangkan dahaga. Tetapi pelayanan yang diberikan oleh gerai berbeda dengan yang lain sehingga konsumen mendapatkan kepuasan dalam momen berbelanja.⁷¹

Adapun indikator-indikator dalam pelayanan ritel ialah:

- a. Unsur inti adalah poin/motivasi utama konsumen berbelanja ke gerai ritel
- b. *Tangibles* adalah terwujud dari keinginan konsumen dalam berbelanja seperti ruangan yang tertata rapi, pramuniaga dan lain sebagainya.
- c. *Augmented* (fasilitas yang mendukung) fasilitas lain yang bersifat tidak langsung tetapi mendukung terpenuhinya unsur inti. Contohnya *food courner*, ruang parkir, dan lain sebagainya

⁷⁰Hendri Ma'ruf, "*Pemasaran Ritel*", (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 217

⁷¹ *Ibid.*,

7. 51Omset

a. Pengertian Omset

Omset merupakan jumlah pendapatan keseluruhan dari hasil jual beli atas barang maupun jasa dalam periode tertentu. Selain itu omset juga dapat diartikan sebagai perolehan seluruh jumlah uang dalam aktivitas jual beli barang atau jasa dalam kurun waktu yang telah ditentukan.⁷²

b. Tujuan penjualan

Pada umumnya tujuan dari penjualan mempunyai tiga tujuan, adapun yang dimaksud dalam tujuan penjualan adalah :

- 1). Tercapainya Volume penjualan
- 2). Memperoleh laba
- 3). Meningkatkan pertumbuhan⁷³

c. Faktor yang mempengaruhi Penjualan⁷⁴

- a) Faktor yang mempengaruhi penjualan adalah:
 - 1). Kemampuan Penjualan
 - 2). Keadaan Pasar
 - 3). Modal
 - 4). Keadaan perusahaan

⁷²Rusma Rizal, "Analisis Bauran Penasaran Terhadap Omset Penjualan Pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang", *Jurnal Admika*, No2 (Juli-Desember 2017), 85

⁷³Nissa Nurfitriya, retno Hidayat, *Jurnal Omset Penjualan Berdasarkan Hajatan dan Waktu*, No6 (Maret-April 2015) 4.

⁷⁴Willy Pratama Widharta, "Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, No1, (2013),2.

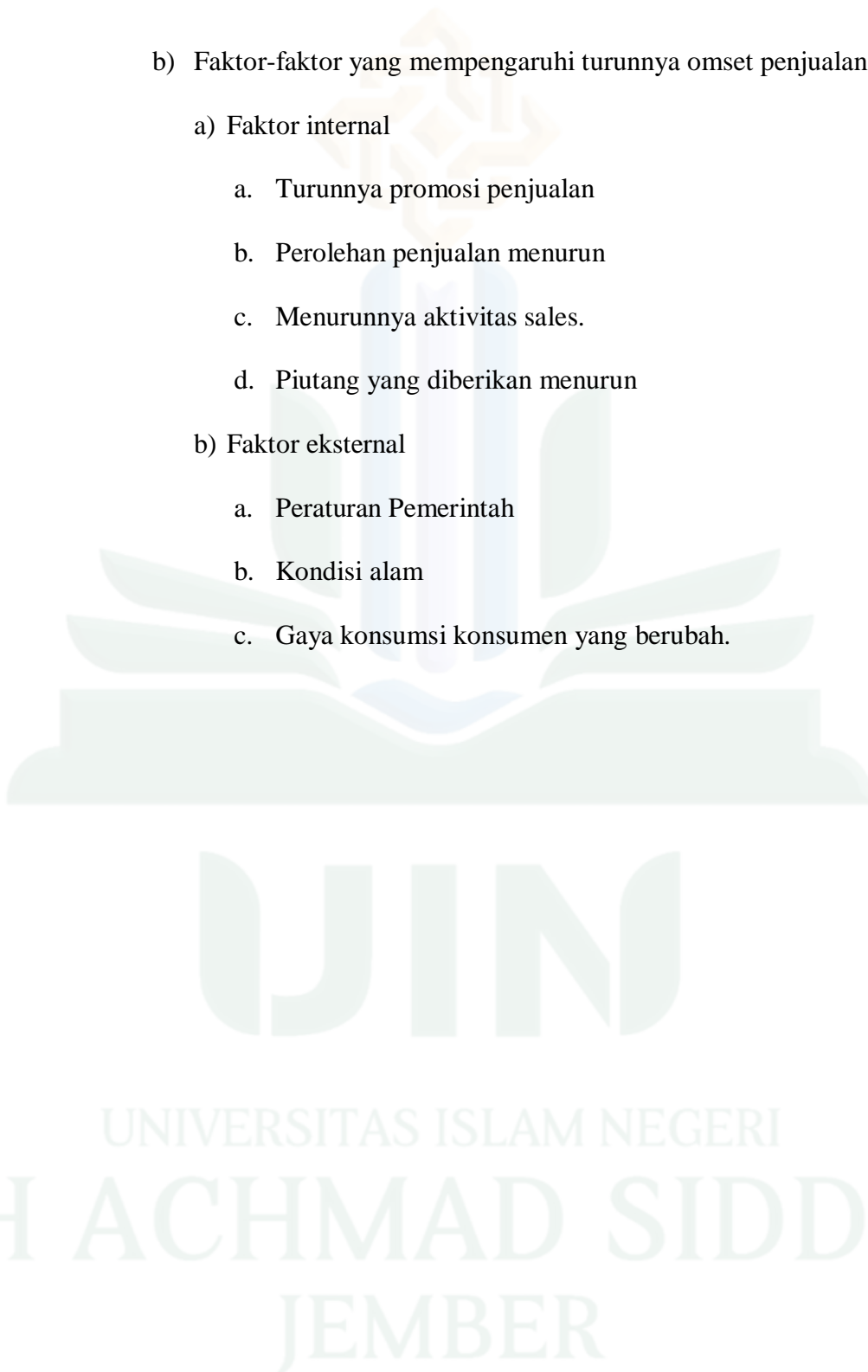
b) Faktor-faktor yang mempengaruhi turunnya omset penjualan:⁷⁵

a) Faktor internal

- a. Turunnya promosi penjualan
- b. Perolehan penjualan menurun
- c. Menurunnya aktivitas sales.
- d. Piutang yang diberikan menurun

b) Faktor eksternal

- a. Peraturan Pemerintah
- b. Kondisi alam
- c. Gaya konsumsi konsumen yang berubah.



⁷⁵Forsyth, Patrick, *Manajemen Penjualan*, (Jakarta:PT.Elex MediaKumpitindo,1990)89.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

a. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Kondisi Geografis

Kaliwates adalah suatu wilayah kecamatan terkecil yang memiliki luas 24,94Km² dari Kabupaten Jember. Batas-batas wilayah Kecamatan Kaliwates yang tertuang dalam PP No.50 tahun 1992 meliputi:

- a. Bagian Barat : dibatasi dengan Kecamatan Rambli
- b. Bagian Timur : dibatasi Kecamatan Sumpusari
- c. Bagian Utara : dibatasi Kecamatan Sukorambi
- d. Bagian Selatan : dibatasi Kecamatan Ajung

Di dalam Kecamatan Kaliwates terdapat 7 kelurahan antara lain: Mangli, Sempusari, Kaliwates, Tegal Besar, Kepatihan, Jember Kidul, dan Kebon Ajung.

Kecamatan Kaliwates berada pada dataran yang cukup tinggi yaitu 98m sehingga tanah di Kecamatan Kaliwates Mempunya Tingkat presentase tanah kering atau tidak subur 30% adapun persentase tanah subur di wilayah Kecamatan Kaliwates memiliki persentase sebesar 70% dari luas wilayah keseluruhan.

2. Kondisi Sosial Ekonomi

Jumlah penduduk Kecamatan Kaliwates 117.516 jiwa dengan data persentase penduduk 4,89% laju pertumbuhan tertinggi 0,59% rata-rata kepadatan penduduk di setiap desa mencapai 4711,95 jiwa/km². Berdasarkan jenis kelamin tampak bahwa jumlah penduduk perempuan berjumlah 60.385 jiwa sedangkan jumlah penduduk laki-laki berjumlah 57.131 jiwa.⁷⁶

Di kecamatan Kaliwates terdapat 43 gedung sekolah SD/MI dengan jumlah siswa sebanyak 12.801 orang murid dan 610 orang guru, 25 gedung sekolah SMP/MTS banyak siswa 7.222 murid dan 491 orang guru, 24 gedung sekolah SMA/MA/SMK banyak siswa 5.540 murid dan 407 orang guru. Di Kecamatan Kaliwates terdapat 2 perguruan tinggi antara lain UIN KH. Achmad Shiddiq Jember, dan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan.⁷⁷

Ketenagakerjaan masyarakat Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember di usia produktif kerja banyak yang berprofesi sebagai karyawan/pegawai sebanyak 24.285 jiwa disamping itu banyak juga masyarakat yang membuka usahanya sendiri seperti toko kelontong, repasi, dan lain sebagainya sejumlah 11.285 jiwa. Sarana dan prasarana ekonomi kecamatan kaliwates terdiri dari:⁷⁸

⁷⁶ Ibid., h. 58 & 80

⁷⁷ Ibid., h. 23-28

⁷⁸ Ibid., h. 88

Tabel 3.1
Sarana dan Prasarana Ekonomi Kecamatan Kaliwates

	Ma ngli	Sempus ari	Kaliw ates	Tegal Besar	Jember Kidul	Kepat ihan	Kebon Agung
Kelompok Pertkohan	6	6	3	2	16	38	-
Pasar dengan bangunan permanen	1	-	-	1	3	1	-
Pasar dengan Bangunan Semi	-	-	-	-	2	-	-
Pasar Tanpa Bangunan	-	-	-	-	-	1	-
Minimarket/ Swalayan	5	5	5	10	13	12	-
Toko/ Warung Kelontong	144	206	162	372	697	238	50
Restoran	6	5	14	8	25	12	2
Warung/ Kedai	168	182	246	236	222	195	50
Hotel	1	1	3	1	2	9	2
Motel/ Losmen	1	1	1	-	5	-	-
JUMLAH	332	406	434	630	987	507	104

Sumber: BPS Kabupaten Jember 2020

Dari tabel diatas dapat dikatakan bahwa sarana dan prasarana ekonomi di Kecamatan Kaliwates sangat memadai untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat Kaliwates dengan kepadatan penduduk yang sekian banyaknya.

b. Karakteristik Objek Penelitian

1. Toko Kelontong

Toko Kelontong merupakan toko milik dan keberlangsungan toko ditanggung oleh pemilik. Pelayanan sepenuhnya dilakukan oleh

penjaga toko. Konsumen tidak leluasa dalam mengambil barang yang diinginkan. Jam operasional toko kelontong ini antara pukul 06.00-22.00 maka pemilik juga berhak mengatur jam buka/tutup sesuai keinginannya.

Usaha toko kelontong cenderung mendirikan toko sebagai mata pencahariannya. Biasanya letak toko kelontong tidak strategis tidak jarang pula para pedagang memanfaatkan teras rumahnya/ruangan yang berada di bagian depan digunakan sebagai tempat berdagang, alasannya karena semua kegiatan aktivitas transaksi mereka sendiri yang menjalankan, dan umumnya tidak mengeluarkan budget yang lebih banyak untuk menyewa tempat.

B. Penyajian Data

Penyajian data merupakan data yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang kemudian digambarkan dalam tabel, grafik, *pie chard*, dan sejenisnya sehingga akan mempermudah pemahaman peneliti.⁷⁹

1) Uji Deskriptif

Uji deskriptif pada penelitian ini mencakup jenis kelamin responden, umur responden, dan usia toko kelontong. Di bawah ini merupakan hasil dari uji deskriptif yang diperoleh dalam penyebaran kuesioner penelitian kepada pemilik toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

⁷⁹ Sugiono, "Metode Penelitian R&D", (Jakarta:Alfabeta,2016).h249

1. Uji Deskriptif Jenis Kelamin

Tabel 3.2
Deskripsi Frekuensi Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	24	80.0	80.0	80.0
Laki-Laki	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Sumber: Data primer observasi lapangan, 2021

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan teknik purposive sampling memperoleh total 30 responden. Adapun jenis kelamin dari keseluruhan responden terdiri dari 24 orang (80%) perempuan dan 6 orang (20%) laki-laki pedagang kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember kebanyakan adalah perempuan.

2. Uji Deskriptif Umur Responden

Tabel 3.3
Deskripsi Frekuensi Interval Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 36-45	16	53.3	53.3	53.3
46-55	7	23.3	23.3	76.7
56-65	7	23.3	23.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Sumber: Data primer, diolah 2021

Dari tabel tersebut diperlihatkan dominasi umur responden antara umur 36-45 tahun yaitu 16 orang dengan persentase 53,3%, pada umur 46-55 dan 56-65 tahun terdapat jumlah responden 7 orang dengan persentase 23,3%.

3. Uji Deskripsi Lama Berdiri Toko Kelontong

Table 3.4
Deskripsi Frekuensi Interval Usia Toko Kelontong

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
9-18	19	63.3	63.3	63.3
19-28	7	23.3	23.3	86.7
Valid 29-38	3	10.0	10.0	96.7
39-48	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Sumber: Data primer, diolah 2021

Tabel tersebut memperlihatkan dominasi usia toko kelontong berusia antara 9-18 tahun dengan jumlah 19 responden atau 63,3%, di kisaran usia toko kelontong antara 19-28 tahun berjumlah 7 tokoh dengan persentase 23,3%, toko kelontong yang berdiri di kisaran 29-38 tahun berjumlah 3 tokoh dengan persentase 10%, kemudian responden yang lama berdiri tokonya kisaran 39-48 tahun berjumlah 1 toko dengan presentase 3,3%

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang digunakan untuk melihat, data yang diperoleh dari hasil penelitian memiliki kevalidan atau tidak. Data yang valid dapat dan mampu mengukur apa yang hendak diteliti:

Pengujian validitas menggunakan bantuan software SPSS 20.

Dasar pengambilan keputusan:

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ data tersebut dikatakan valid untuk $df=30$; $\alpha=0,05$ maka r_{tabel} sebesar 0,361
- b. Data dikatakan valid apabila memiliki nilai $sig.<0,05$.

a) Uji Validitas Kuesioner Variabel Jumlah

Hasil perhitungan validitas pada variabel jumlah minimarket menggunakan 4 pertanyaan adalah:

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Jumlah Minimarket (X1)

No	Pearson Correlation/ r_{hitung}	Sig.	r_{tabel}	Kriteria
X1.1	0,816	0,000	0,361	Valid
X1.2	0,852	0,000	0,361	Valid
X1.3	0,927	0,000	0,361	Valid
X1.4	0,877	0,000	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel 3.5 diatas akan dibandingkan *correlation* atau r hitung dengan r tabel, r tabel sendiri adalah tabel koefisien relasi *momen product* dengan signifikansi 5%, diperoleh penghitungan r tabel dari pengitungan sebelumnya sebesar 0,361 dapat dilihat pada kolom diatas r tabel berbunyi 0,361. Berdasarkan pengambilan keputusan diatas data dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, tabel 3.5 diatas terlihat X1.1, X1.2, X1.3, dan X1.4 nilai r hitung lebih besar dari r tabel atau $> 0,0361$ sehingga memberikan keputusan bahwa seluruhnya masing-masing pertanyaan dalam variabel jumlah minimarket dikatakan valid dan dapat digunakan untuk tahap selanjutnya.

b) Uji Validitas Kuesioner Variabel Jarak

Hasil perhitungan validitas pada variable jarak minimarket menggunakan 4 pertanyaan adalah:

Table 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Jarak (X2)

No	Pearson Correlation/ r_{hitung}	Sig.	r_{tabel}	Kriteria
X2.1	0,851	0,000	0,361	Valid
X2.2	0,913	0,000	0,361	Valid
X2.3	0,835	0,000	0,361	Valid
X2.4	0,932	0,000	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 3.6 diatas akan dibandingkan *correlation* atau r hitung dengan r tabel, r tabel sendiri adalah tabel koefisien relasi *momen product* dengan signifikansi 5%, diperoleh penghitungan r tabel dari pengitungan sebelumnya sebesar 0,361 dapat dilihat pada kolom diatas r tabel berbunyi 0,361. Berdasarkan pengambilan keputusan diatas data dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, tabel 3.6 diatas terlihat X2.1, X2.2, X2.3, dan X2.4 nilai r hitung lebih besar dari r tabel atau $> 0,0361$ sehingga memberikan keputusan bahwa seluruhnya masing-masing pertanyaan dalam variabel jarak minimarket dikatakan valid dan dapat digunakan untuk tahap selanjutnya.

c) Uji Validitas Kuesioner Variabel Promosi

Hasil perhitungan validitas pada variable promosi minimarket menggunakan 4 pertanyaan adalah:

Table 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3)

No	Pearson Correlation/ r_{hitung}	Sig.	r_{tabel}	Kriteria
X3.1	0,760	0,000	0,361	Valid
X3.2	0,918	0,000	0,361	Valid
X3.3	0,677	0,004	0,361	Valid
X3.4	0,872	0,000	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 3.7 diatas akan dibandingkan *correlation* atau r hitung dengan r tabel, r tabel sendiri adalah tabel koefisien relasi *r momen product* dengan signifikansi 5%, diperoleh penghitungan r tabel dari pengitungan sebelumnya sebesar 0,361 dapat dilihat pada kolom diatas r tabel berbunyi 0,361. Berdasarkan pengambilan keputusan diatas data dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, tabel 3.7 diatas terlihat X3.1, X3.2, X3.3, dan X3.4 nilai r hitung lebih besar dari r tabel atau $> 0,0361$ sehingga memberikan keputusan bahwa seluruhnya masing-masing pertanyaan dalam variabel jarak minimarket dikatakan valid dan dapat digunakan untuk tahap selanjutnya.

d) Uji Validitas Kuesioner Variabel Pelayanan

Hasil perhitungan validitas pada variable pelayanan minimarket menggunakan 4 pertanyaan adalah:

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X4)

No	Pearson Correlation/ r_{hitung}	Sig.	r_{tabel}	Kriteria
X4.1	0,689	0.002	0,361	Valid
X4.2	0,595	0,001	0,361	Valid
X4.3	0,743	0,000	0,361	Valid
X4.4	0,821	0,000	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 3.8 diatas akan dibandingkan *correlation* atau *r* hitung dengan *r* tabel, *r* tabel sendiri adalah tabel koefisien relasi *r momen* produk dengan signifikansi 5%, diperoleh penghitungan *r* tabel dari pengitungan sebelumnya sebesar 0,361 dapat dilihat pada kolom diatas *r* tabel berbunyi 0,361. Berdasarkan pengambilan keputusan diatas data dapat dikatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel, tabel 3.8 diatas terlihat X4.1, X4.2, X4.3, dan X4.4 nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel atau $> 0,0361$ sehingga memberikan keputusan bahwa seluruhnya masing-masing pertanyaan dalam variabel jarak minimarket dikatakan valid dan dapat digunakan untuk tahap selanjutnya.

e) Uji Validitas Kuesioner Variabel Omset

Hasil perhitungan validitas pada variable penurunan omset menggunakan 4 pertanyaan adalah:

Table 3.9
Hasil Uji Validitas Variabel Omset (Y)

No	Pearson Correlation/ r_{hitung}	Sig.	r_{tabel}	Kriteria
Y1	0,931	0,000	0,361	Valid
Y2	0,826	0,000	0,361	Valid
Y3	0,836	0,000	0,361	Valid
Y4	0,783	0,000	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Dari tabel 3.9 diatas akan dibandingkan *correlation* atau r_{hitung} dengan r_{tabel} , r_{tabel} sendiri adalah tabel koefisien relasi *r momen product* dengan signifikansi 5%, diperoleh penghitungan r_{tabel} dari pengitungan sebelumnya sebesar 0,361 dapat dilihat pada kolom diatas r_{tabel} berbunyi 0,361. Berdasarkan pengambilan keputusan diatas data dapat dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , tabel 3.9 diatas terlihat Y1, Y2, Y3, dan Y4 nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau $> 0,0361$ sehingga memberikan keputusan bahwa seluruhnya masing-masing pertanyaan dalam variabel jarak minimarket dikatakan valid dan dapat digunakan untuk tahap selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sebuah kuesioner memiliki tingkat konsisten atau tidak dalam pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan:

1. Apabila nilai $R_{alpha} > 0,60$ data tersebut dikatakan reliable

2. Apabila nilai R alpha $< 0,60$ data tersebut tidak dikatakan reliabel.

Table 3.10
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	R^{alpha}	R^{kritis}	Kriteria
1	Jumlah Minimarket (X1)	0,890	0,60	Reliabel
2	Jarak (X2)	0,906	0,60	Reliabel
3	Promosi (X3)	0,818	0,60	Reliabel
4	Pelayanan (X4)	0,643	0,60	Reliabel
5	Omset (Y)	0,859	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dari tabel 3.10 diatas akan dibandingkan nilai r alpha dengan r kritis, r kritis diperoleh 0,60 berdasarkan ketentuan yang sudah ada. Dasar pengambilan keputusan reliabilitas ialah apabila r alpha lebih besar dari r kritis maka data tersebut dapat dikatakan reliabel. Dari Table diatas menunjukkan bahwa uji reliabilitas dari masing-masing variabel diperoleh hasil: variabel minimarket(X_1) memiliki nilai koefisien reliabilitas $0,890 > 0,60$, jarak (X_2) memiliki nilai koefisien reliabilitas $0,906 > 0,60$, promosi (X_3) memiliki nilai koefisien reliabilitas $0,818 > 0,60$, pelayanan (X_4) memiliki nilai koefisien reliabilitas $0,643 > 0,60$, penurunan omset (Y) memiliki nilai koefisien reliabilitas $0,859 > 0,60$. Dapat dikatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini (jumlah minimarket, jarak, promosi, pelayanan, dan penurunan omset toko kelontong) dikatakan reliable atau konsisten. Sehingga data dapat digunakan untuk tahapan selanjutnya.

2. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif ialah mengilustrasikan data yang diperoleh dari hasil penelitian, kemudian data tersebut digunakan untuk menghitung jawaban dari responden dengan perhitungan mean, median, modus. Uji statistik deskriptif tidak digunakan untuk mengambil kesimpulan atas jawaban persoalan yang sedang diteliti.⁸⁰

a) Uji Statistik Deskriptif Jawaban Variabel Jumlah Minimarket

Table 3.11
Uji Statistik Variabel X1

Pertanyaan	Skala Pengukuran	F	(%)	Nilai Pusat
X1.1	SS	9	30%	Mean=3.97
	S	11	36,7%	
	N	10	33,3%	Median=4.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=4
	Total	30	100%	
X1.2	SS	11	16,7%	Mean=4.20
	S	14	46,7%	
	N	5	16,7%	Median=4.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=4
	Total	30	100%	
X1.3	SS	10	33,3%	Mean=4.00
	S	10	33,3%	
	N	10	33,3%	Median=4.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=3
	Total	30	100%	
X1.4	SS	13	43,3%	Mean=4.27
	S	12	40%	
	N	5	16,7%	Median=4.00

⁸⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 147-148.

	TS	0	0%	
	STS	0	0%	
	Total	30	100%	Mode=5

Sumber: Data primer, diolah 2021

Tabel tersebut menunjukkan jawaban responden pemilik toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember atas pertanyaan terhadap variabel jumlah minimarket yang berjumlah 30 orang yang menunjukkan pada pertanyaan (X1.1) tidak ada responden yang menentukan pilihan atas pernyataan “STS” dan “TS”, 10 responden (33,3%) menyatakan sikap “N” atas jumlah minimarket, 11 responden (36,7%) menentukan pertanyaannya atas pernyataan “S”, dan 9 responden (30%) menentukan jawaban atas pernyataan “SS”. Dari pertanyaan variabel jumlah minimarket (X1.1) diperoleh nilai rata-rata 3.97, nilai tengah 4.00 dan modus 4.

Untuk pertanyaan (X1.2) tidak ada responden yang menentukan pilihan atas pernyataan “STS” dan “TS”, 5 responden (16,7%) menyatakan sikap “N”, 14 responden (46,7%) menentukan jawaban atas pernyataan “S”, dan 11 responden (36,7%) menentukan pertanyaannya atas pernyataan “SS”. Dari pertanyaan variabel jumlah minimarket (X1.2) diperoleh nilai rata-rata 4.20, nilai tengah 4.00 dan modus 4.

Pertanyaan (X1.3) 10 responden (33,3%) menentukan pertanyaannya atas pernyataan “N”, 10 responden (33,3%) menentukan jawaban atas pernyataan “S”, dan 10 responden (33,3%) menyatakan sikap “SS” atas 30 responden. Pertanyaan (X1.3) dari

variabel jumlah minimarket diperoleh nilai mean 4,00, median 4.00 dan modus 3.

Pertanyaan (X1.4) 5 responden (16,7%) memilih pernyataan “N”, 12 responden (40%) memutuskan pernyataan “S”, dan 13 responden (43,3%) pernyataan “SS”. Pertanyaan (X1.4) dari variabel jumlah minimarket diperoleh nilai mean 4,27, median 4.00 dan modus 5.

b) Uji Statistik Deskriptif Jawaban Variabel Jarak

Table 3.12
Uji Statistik Variabel X2

Pertanyaan	Skala Pengukuran	F	(%)	Nilai Pusat
X2.1	SS	13	43,3%	Mean=4.23
	S	11	36,7%	
	N	6	20%	Mediam=4.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=5
	Total	30	100%	
X2.2	SS	14	46,7%	Mean=4.23
	S	9	30%	
	N	7	23,3%	Median=4.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=5
	Total	30	100%	
X2.3	SS	9	30%	Mean=4.03
	S	13	43,3%	
	N	8	26,7%	Median=4.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=4
	Total	30	100%	
X2.4	SS	10	33,3%	Mean=4.07
	S	12	40%	
	N	8	26,7%	Median=4.00

	TS	0	0%	Mode=4
	STS	0	0%	
	Total	30	100%	

Sumber: Data primer, diolah 2021

Tabel tersebut merupakan jawaban dari responden pemilik toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember atas pertanyaan terhadap variabel jarak yang berjumlah 30 sampel yang menunjukkan pada pertanyaan (X2.1) 6 responden (20%) memilih pernyataan “N”, 11 responden (36,7%) menentukan jawaban atas pernyataan “S”, dan 13 responden (43,3%) memutuskan atas pernyataan “SS”. Pertanyaan (X2.1) atas jawaban variabel jarak minimarket diperoleh hasil mean 4.23, median 4.00 dan modus 5.

Untuk pertanyaan (X2.2) 7 responden (23,3%) memilih pernyataan “N”, 9 responden (30%) menentukan jawaban atas pernyataan “S”, dan 14 responden (46,7%) memutuskan atas pernyataan “SS”. Pertanyaan (X2.2) atas jawaban variabel jarak minimarket diperoleh hasil mean 4.23, median 4.00 dan modus 5.

Untuk pertanyaan (X2.3) 8 responden (26,7%) memutuskan atas pernyataan “N”, 13 responden (43,3%) menentukan jawaban atas pernyataan “S”, dan 9 responden (30%) menentukan jawaban atas pernyataan “SS”. Pertanyaan (X2.3) atas jawaban variabel jarak minimarket diperoleh hasil mean 4.03, median 4.00 dan modus 4.

Untuk pertanyaan (X2.4) 8 responden (26,7%) menentukan pernyataan “N”, 12 responden (40%) menentukan jawaban atas

pernyataan “S”, dan 10 responden (33,3%) memilih pernyataan “SS”. Pertanyaan (X2.4) diperoleh mean 4.07, median 4.00 dan 4.

c) Uji Statistik Deskriptif Jawaban Variabel Promosi

Table 3.13
Uji Statistik Variabel X3

Pertanyaan	Skala Pengukuran	F	(%)	Nilai Pusat
X3.1	SS	20	66,7%	Mean=4.50
	S	5	16,7%	
	N	5	16,7%	Median=5.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=5
	Total	30	100%	
X3.2	SS	11	36,7%	Mean=4.23
	S	15	50%	
	N	4	13,3%	Median=4.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=4
	Total	30	100%	
X3.3	SS	26	90,5%	Mean=4.73
	S	0	9,5%	
	N	4	0%	Median=5.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=5
	Total	30	100%	
X3.4	SS	15	50%	Mean=4.20
	S	6	20%	
	N	9	30%	Median=4.50
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=5
	Total	30	100%	

Sumber: Data primer, diolah 2021

Tabel tersebut merupakan jawaban responden pemilik toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember atas pertanyaan terhadap variabel promosi yang berjumlah 30 orang yang

menunjukkan pada pertanyaan (X3.1), 5 responden (16,7%) menentukan jawaban atas pernyataan “N”, 5 responden (16,7%) memilih jawaban pernyataan “S”, dan 20 responden (66,7%) memutuskan pernyataan “SS” karena responden menganggap promosi yang dilakukan oleh minimarket berdampak terhadap penurunan omset toko kelontong mereka. Penghitungan atas pertanyaan (X3.1) dari variabel promosi diperoleh mean 4.50, median 5.00 dan modus 5.

Untuk pertanyaan (X3.2), 4 responden (13,3%) memutuskan atas pernyataan “N”, 15 responden (50%) menentukan jawaban atas pernyataan “S”, dan 11 responden (36,7%) menentukan jawaban atas pernyataan “SS”. Penghitungan atas pertanyaan (X3.2) dari variabel promosi diperoleh mean 4.23, median 4.00 dan modus 4.

Untuk pertanyaan (X3.3), 4 responden (13,3%) memilih pernyataan “N”, dan 26 responden (86,7%) menentukan pilihan pernyataan “SS”. Penghitungan atas pertanyaan (X3.3) dari variabel promosi diperoleh mean 4.73, median 5.00 dan modus 5.

Untuk pertanyaan (X3.4), 9 responden (30%) yang menentukan pilihan “N”, 6 responden (20%) menyatakan “S”, dan 15 responden (50%) menentukan “SS”. Perhitungan (X4.4) dari variabel promosi 4.20, median 4.50 dan modus 5.

d) Uji Statistik Deskriptif Data Angket Jawaban Responden
Variabel Jumlah Pelayanan

Tabel 3.14
Uji Statistik Variabel X4

Pertanyaan	Skala Pengukuran	F	(%)	Nilai Pusat
X4.1	SS	26	86,7%	Mean=4.87
	S	0	13,3%	
	N	4	0%	Median=5.00
	TS	0	0%	
	SS	0	0%	Mode=5
	Total	30	100%	
X4.2	SS	18	60%	Mean=4.60
	S	12	40%	
	N	0	0%	Median=5.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=5
	Total	30	100%	
X4.3	SS	17	56,7%	Men=4.43
	S	10	33,3%	
	N	2	6,7%	Median=5.00
	S	1	3,3%	
	STS	0	0%	Mode=5
	Total	30	100%	
X4.4	SS	3	10%	Mean=3.23
	S	6	20%	
	N	16	53,3%	Median=3.00
	TS	5	16,7%	
	STS	0	0%	Mode=3
	Total	30	100%	

Sumber: Data primer, diolah 2021

Tabel tersebut merupakan jawaban responden pemilik toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember atas pertanyaan terhadap variabel pelayanan yang berjumlah 30 responden yang menunjukkan pada pertanyaan (X4.1) tidak ada

yang memilih "STS" "TS" dan "N", 4 responden (13,3%) memutuskan "S", dan 26 responden (86,7%) menentukan pilihan "SS". Perhitungan atas pertanyaan (X4.1) dari variabel pelayanan diperoleh mean 4.87, median 5.00 dan modus 5.

Untuk pertanyaan (X4.2) terdapat 12 responden (40%) menentukan pilihan pernyataan "S", dan 18 responden (60%) menyatakan pilihan pernyataan "SS". Perhitungan atas pertanyaan (X4.2) dari variabel pelayanan diperoleh mean 4.60, median 5.00 dan modus 5.

Untuk pertanyaan (X4.3) terdapat 2 responden (6,7%) menentukan pilihan pernyataan "N", 10 responden (33,3%) menyatakan pilihan pernyataan "S", 17 responden (56,7%) menentukan jawaban "SS", 1 responden (3,3%) memutuskan "TS". Perhitungan atas pertanyaan (X4.3) dari variabel pelayanan diperoleh mean 4.43, median 5.00 dan modus 5.

Untuk pertanyaan (X4.4) tidak ada yang memutuskan pilihan "STS", 5 responden (16,7%) menentukan pilihan "TS", 16 responden (53,3%) menyatakan pilihan "N", 6 responden (20%) memutuskan "S", dan 3 responden (10%) menentukan pilihan atas jawaban "SS". Perhitungan atas pertanyaan (X4.4) dari variabel pelayanan memiliki nilai mean 3.23, median 3.00 dan modus 3.

e) Uji Statistik Deskriptif Data Angket Jawaban Responden
Variabel Jumlah Omset

Table 3.15
Uji Statistik Variabel Y

Pertanyaan	Skala Pengukuran	F	(%)	Nilai Pusat
Y1	SS	9	30%	Mean=4.10
	S	15	50%	
	N	6	20%	Median=4.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=4
	Total	30	100%	
Y2	SS	5	16,7%	Mean=4.00
	S	20	66,7%	
	N	5	16,7%	Median=4.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=4
	Total	30	100%	
Y3	SS	0	0%	Mean=3,73
	S	22	73,3%	
	N	8	26,7%	Median=4.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=4
	Total	30	100%	
Y4	SS	0	0%	Mean=3.53
	S	16	53,3%	
	N	14	46,7%	Median=4.00
	TS	0	0%	
	STS	0	0%	Mode=4
	Total	30	100%	

Sumber: Data primer, diolah 2021

Tabel tersebut merupakan jawaban responden pemilik toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember atas pertanyaan terhadap variabel penurunan omset yang berjumlah 30 responden yang menunjukkan pada pertanyaan (Y1) terlihat tidak

ada yang menentukan pilihan ”STS”, dan “TS”, 6 responden (20%) menyatakan “N”, 15 responden (50%) memutuskan pilihan “S”, 9 responden (30%) menentukan pilihan “SS”. Perhitungan atas pertanyaan (Y1) dari variabel penurunan omset diperoleh mean 4.10, median 4.00 dan modus 4.

Untuk pertanyaan (Y2) tidak ada yang menentukan jawaban atas ”STS”, dan “TS”, 5 responden (16,7%) menentukan pilihan “N”, 20 responden (66,7%) yang memutuskan “S”, 5 responden (16,7%) menentukan jawaban “SS”. Perhitungan atas pertanyaan (Y2) dari variabel penurunan omset diperoleh mean 4.00, median 4.00 dan modus 4.

Untuk pertanyaan (Y3) dari data diatas 5 responden (23,8%) menunjukkan jawaban “N” 16 responden (76,2%) menentukan jawaban atas “S”. Perhitungan atas pertanyaan (Y3) dari variabel penurunan omset diperoleh mean 3.73, median 4.00 dan modus 4.

Untuk pertanyaan (Y4) tidak ada yang menentukan jawaban atas ”STS”, “TS” dan ”SS”, 9 responden (42,9%) menunjukkan jawaban atas “N”, 12 responden (57,1%) yang memutuskan “S”. Perhitungan atas pertanyaan (Y4) dari variabel penurunan omset diperoleh mean 3.53, median 4.00 dan modus 4.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

Pengujian digunakan untuk mengetahui data residual dari perolehan penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini cara untuk menguji uji normalitas menggunakan uji sampel *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Tabel 3.16
Pengukuran Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.57153804
Most Extreme Differences	Absolute	.156
	Positive	.156
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		.853
Asymp. Sig. (2-tailed)		.461

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 3.16, menunjukkan hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan diperoleh perhitungan nilai probabilitas t-statistik $> level\ of\ significant = 0,05$. Dengan jumlah sampel penelitian sebanyak $n=30$. Nilai *Asymp. Sih. (2-tailed)* pada variabel tersebut adalah $0,461 > 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Jadi analisis data primer mengenai variabel jumlah miimarket, jarak, promosi, pelayanan ritel modern (minimarket) dan

penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember berdistribusi normal.

2. Multikolinieritas

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui dari data hasil penelitian adalah korelasi antara variabel bebas, apabila terjadi korelasi yang tinggi dari data tersebut maka data tersebut memiliki masalah.

Tabel 3.17
Hasil Pengukuran Uji Multikolinieritas
Coefficients

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
Jumlah Minimarket	.188	5.307
Jarak	.185	5.394
Promosi	.350	2.857
Pelayanan	.303	3.305

a. Dependent Variable: Penurunan Omset

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF seluruh variabel memiliki koefisien < 10.000 , nilai VIF pada variabel jumlah minimarket $5,307 < 10,00$, variabel jarak $5,394 < 10,00$, variabel promosi $2,857 < 10,00$, dan variabel pelayanan $3,305 < 10,00$, diperoleh kesimpulan tidak terjadi masalah. Adapun nilai tolerance pada variabel jumlah minimarket $0,188 > 0,10$ variabel jarak $0,185 > 0,10$ variabel promosi $0,350 > 0,10$ dan variabel pelayanan

0,303>0,10. Maka diperoleh kesimpulan baik dilihat dari nilai VIF dan TOL tidak terjadi masalah multikolinieritas.

3. Heteroskedestisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terjadi masalah ketidaksamaan dari semua pengamatan.

Tabel 3.18
Hasil Pengukuran Uji Heteroskedastisitas
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.864	.649		1.331	.195
Jumlah Minimarket	.060	.055	.440	1.082	.290
Jarak	-.068	.054	-.516	-1.257	.220
Promosi	.079	.045	.527	1.764	.090
Pelayanan	-.098	.065	-.486	-1.512	.143

a. Dependent Variable: Abs_1

Sumber: Data diolah, 2021

Tabel 3.18 akan dibandingkan nilai signifikansi dengan *level of significant* 0,05. Adapun dasar pengambilan keputusan ialah apabila nilai signifikansi lebih besar dari *level of significant* 0,05 dapat dikatakan data tersebut terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel (jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan)

menunjukkan nilai sig lebih dari 0,05, dapat dikatakan bahwa seluruh data dari variabel-variabel tersebut terbebas dari masalah heteroskedastisitas dan dapat dilakukan pengujian tahapan selanjutnya yaitu uji regresi linier berganda.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi berganda dipakai guna mengetahui tingkat signifikansi seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁸¹ Dibawah ini merupakan hasil uji regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu software SPSS 20.

Tabel 3.19
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.139	1.146		-.121	.904
1 Jumlah Minimarket	-.126	.098	-.177	-1.290	.209
Jarak	.319	.096	.461	3.333	.003
Promosi	.195	.079	.249	2.477	.020
Pelayanan	.517	.115	.488	4.513	.000

a. Dependent Variable: Penurunan Omset

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Persamaan regresi linier berganda dari variabel-variabel jumlah minimarket (X1), jarak (X2), promosi (X3), pelayanan (X4)

⁸¹ Zahriyah, Aplikasi, 54.

terhadap penurunan omset toko kelontong (Y) di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = -0,139 - 0,126X_1 + 0,319X_2 + 0,195X_3 + 0,517X_4 + e$$

Maksud dari persamaan model regresi linier berganda diatas ialah:

- a. -0,139 merupakan nilai konstanta
- b. Apabila variabel-variabel dianggap konstanta maka -0,139 merupakan nilai penurunan omset toko kelontong.
- c. Nilai koefisien jumlah minimarket (X_1) sebesar -0,126 berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penurunan omset toko kelontong, hal ini menunjukkan nilai current ratio memiliki hubungan berlawanan dengan risiko sistematis. Apabila pada variabel jumlah minimarket (X_1) mengalami kenaikan satu current ratio, maka dalam variabel independen (penurunan omset) akan turun 0,126 dan pada variabel independen lainnya memiliki nilai yang tetap. Dapat diperoleh kesimpulan semakin banyak jumlah minimarket maka akan menyebabkan memperkecil penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.
- d. Nilai koefisien jarak (X_2) sebesar 0,319 berpengaruh positif dan signifikan terhadap penurunan omset toko kelontong, artinya setiap peningkatan variabel jarak sebesar 1%, maka penurunan omset toko kelontong mengalami kenaikan 0,319. Semakin besar

pengaruh variabel jarak atau jarak antara toko kelontong dan ritel modern semakin dekat maka penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates akan meningkat.

e. Nilai koefisien promosi (X_3) sebesar 0,195 berpengaruh positif dan signifikan terhadap penurunan omset toko kelontong, artinya setiap peningkatan variabel promosi sebesar 1% berpengaruh terhadap peningkatan penurunan omset toko kelontong sebesar 0,195. Semakin besar pengaruh variabel promosi atau minimarket yang sering melakukan promosi penjualan, maka penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember juga akan meningkat.

f. Nilai koefisien pelayanan (X_4) sebesar 0,517 berpengaruh positif dan signifikan terhadap penurunan omset toko kelontong, artinya setiap peningkatan variabel pelayanan sebesar 1% berpengaruh terhadap meningkatnya penurunan omset toko kelontong sebesar 0,517. Semakin besar pengaruh variabel pelayanan juga akan berpengaruh besar terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan guna menguji kebenaran atas suatu pernyataan dari dugaan sementara dengan ditunjukkan secara statistik selanjutnya ditarik kesimpulan apakah pernyataan tersebut dapat diterima atau ditolak.

a. Uji Simultan (uji F)

Uji simultan atau uji f diperlukan guna melihat secara bersama apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai alpha untuk menentukan tingkat kepercayaan dalam penelitian ini adalah 0,05. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : tidak ada pengaruh signifikan antara variabel jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan bersama-sama terhadap variabel penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

H_a : ada pengaruh signifikan terhadap jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Dasar pengambilan keputusan atas nilai signifikansi adalah:

1. Apabila diperoleh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Dan apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dasar pengambilan keputusan atas F_{hitung} dengan F_{tabel} .⁸²

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

⁸²Zahriyah, *Aplikasi*, 56.

F Tabel dalam penelitian ini adalah 2,76, didapatkan dari perolehan df_1 dan df_2 hasil uji menggunakan software SPSS 20. Adapun df_1 menunjukkan nilai regression dan df_2 menunjukkan residual.⁸³ Dibawah ini merupakan hasil SPSS:

Tabel 3.20
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	97.494	4	24.373	64.323	.000 ^b
Residual	9.473	25	.379		
Total	106.967	29			

a. Dependent Variable: Penurunan Omset

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Jumlah Minimarket, Jarak

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Dari tabel 3.20 diperoleh nilai F hitung sebesar 64,323 dan nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau dapat ditulis dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($64,323 > 2,76$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan diatas dapat diambil kesimpulan secara bersama-sama variabel jumlah minimarket, jarak, promosi dan pelayanan berpengaruh positif terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember atau H_a diterima dan H_0 ditolak.

⁸³SugiyonodanSusanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, 2017.

b. Uji Parsial (uji t)

Uji parsial atau uji t diperlukan guna melihat satu persatu dari masing-masing variabel independen apakah memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

H_0 : tidak ada pengaruh signifikan antara variabel jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan satu-persatu terhadap variabel penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

H_a : ada pengaruh signifikan terhadap jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan berpengaruh signifikan secara satu-persatu terhadap variabel dependen yaitu penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Dasar pengambilan keputusan atas nilai signifikansi adalah:

1. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dasar pengambilan keputusan atas t_{hitung} dengan t_{tabel} :

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

T_{tabel} dalam penelitian ini ialah 2,060 nilai tersebut didapatkan dari $df = n - k$ maka $df = n - k = 30 - 5 = 25$. Dibawah ini merupakan hasil SPSS:

Tabel 3.21
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.139	1.146		-.121	.904
1 Jumlah Minimarket	-.126	.098	-.177	-1.290	.209
Jarak	.319	.096	.461	3.333	.003
Promosi	.195	.079	.249	2.477	.020
Pelayanan	.517	.115	.488	4.513	.000

a. Dependent Variable: Penurunan Omset

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel 3.21 menunjukkan uji variabel jumlah minimarket diperoleh hasil nilai signifikansi 0,209 t_{hitung} variabel jumlah minimarket -1,290 dengan $t_{tabel} = 2,060$ sederhananya nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,203 > 0,05$) $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,290 < 2,060$) Diperoleh nilai t_{hitung} negatif menunjukkan variabel jumlah minimarket (X_1) memiliki berlawanan hubungan dengan variabel dependen (Y). Artinya pada variabel jumlah minimarket ini diperoleh kesimpulan H_0 diterima dan H_a ditolak atau variabel jumlah minimarket tidak berpengaruh signifikan terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Untuk variabel jarak diperoleh hasil signifikansi 0,003, dan t_{hitung} 3,333 atau nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,003 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$

(3,333>2,060). Artinya pada variabel jarak diterima hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel jarak berpengaruh positif terhadap penurunan omset toko di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Sedangkan variabel promosi diperoleh hasil signifikansi 0,020 dan t_{hitung} sebesar 2,477 atau nilai signifikansi $<0,05 < 0,05$ ($0,020 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,477 > 2,060$). Artinya pada variabel promosi diterima hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel promosi berpengaruh positif terhadap penurunan omset toko di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Untuk variabel pelayanan diperoleh hasil signifikansi 0,000 dan dihitung sebesar 4,513 atau nilai signifikansi $<0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,513 > 2,060$). Artinya pada variabel pelayanan hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel pelayanan berpengaruh positif terhadap penurunan omset toko di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Determinan (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0-1 nilai determinasi yang mendekati angka 1 artinya variabel independen hampir

memberikan semua data yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen.⁸⁴

Tabel 3.22
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.955 ^a	.911	.897	.616

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Jumlah Minimarket, Jarak

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel 3.22 hasil uji R^2 menunjukkan bahwa variabel jumlah minimarket (X_1), jarak (X_2), promosi (X_3), dan pelayanan (X_4) memiliki hubungan determinasi terhadap penurunan omset toko kelontong (Y) sebesar 91,1% dan sisanya 8,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

D. Pembahasan

Hasil dari uji hipotesis diatas menjelaskan bahwa penurunan omset dari variabel-variabel penelitian memang terjadi pada toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Hal ini dapat terlihat dari responden berjumlah 30 responden mengatakan demikian. Alasannya pun beragam, toko kelontong dan minimarket keduanya memiliki kesamaan, keduanya sama-sama menawarkan produk-produk yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, dari segi komoditas keduanya mempunya kemiripan hanya saja pelayanan dan fasilitas yang diberikan berbeda. Klasifikasi jenis

⁸⁴ Ghozali, *Aplikasi*, 31.

toko kelontong salah satunya adalah toko yang pada umumnya berukuran kecil, terletak di wilayah pemukiman, jam buka yang panjang, serta menjual produk kebutuhan sehari-hari.⁸⁵ Selain itu minimarket juga menawarkan kenyamanan berbelanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik, dan dapat berbelanja dalam satu tempat saja sehingga dapat menghemat waktu berbelanja.⁸⁶

Berikut merupakan hasil penghitungan uji regresi linier berganda dari variabel independen (jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan) terhadap variabel dependen terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Hasil penghitungan kuesioner dengan menggunakan regresi linier berganda uji simultan dengan bantuan software SPSS versi 20 menunjukkan:

1. Pengaruh Jumlah Minimarket (X_1), Jarak (X_2), Promosi (X_3), Dan Pelayanan (X_4) Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong Di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Secara Simultan

Pada pengujian uji F (uji simultan) menunjukkan bahwa diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 F_{hitung} 64,323. Oleh karena diperoleh nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($64,323 > 2,76$) artinya secara bersama-sama jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan yang dilakukan oleh minimarket berdampak kepada omset yang diterima oleh toko kelontong menurun dari sebelum adanya minimarket.

⁸⁵ Philip Kotler, *“Manajemen Pemasaran”*, (Jakarta: PT Tema Baru, 2009), 141.

⁸⁶ Harmazair, *“Mengenal Potensi Wirrausaha-Feasibility Study plus zand implementation”*, (Bekasi Utara: CV Dian Anugrah Prakasa, 2006), 327-328.

Dari observasi lapangan yang peneliti dapat menunjukkan bahwa pedagang kelontong bingung mengapa pertumbuhan minimarket di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember begitu cepat jumlahnya sendiri mencapai 50 unit. Proses pendirian minimarket di awal harus memperoleh persetujuan dari masyarakat disekitar wilayah yang akan didirikan minimarket, namun berdasarkan hasil observasi di wilayah kelurahan tegal besar didapatkan hasil pemilik toko kelontong mengaku tidak ada angket dan pemberitahuan akan didirikan minimarket. Hal ini mengakibatkan toko kelontong belum bersiap diri menyiapkan strategi untuk bersaing dengan minimarket yang sejak sebelum berdiri sudah memiliki strategi yang bagus untuk menarik konsumen berbelanja di minimarket. Sehingga pada akhirnya menyebabkan pergeseraan kebiasaan konsumen dimana pada awalnya konsumen berbelanja di pedagang sekitar namun setelah ada minimarket berpindah belanja ke minimarket menyebabkan jumlah pelanggan toko kelontong pada saat itu juga berkurang sehingga menyebabkan omsetnya turun.

Hasil uji R^2 menunjukkan bahwa variabel jumlah minimarket (X_1), jarak (X_2), promosi (X_3), dan pelayanan (X_4) memiliki hubungan determinasi terhadap penurunan omset toko kelontong (Y) sebesar 91,1% dan sisanya 8,9% dipengaruhi oleh variable lainnya seperti persaingan dengan toko kelontong dan keberadaan pasar.

2. Pengaruh Jumlah Minimarket (X_1), Jarak (X_2), Promosi (X_3), Dan Pelayanan (X_4) Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong Di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember Secara Parsial

a. Pengaruh Jumlah Minimarket (X_1) Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji T) variabel jumlah minimarket, diperoleh koefisien regresi sebesar -0,126 atau sebesar -12,6% dengan arah negatif atau bersifat berbanding terbalik, diperoleh hasil nilai signifikansi 0,209 t_{hitung} jumlah minimarket -1,290 dengan $t_{tabel} = 2,060$ atau nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,203 > 0,05$) $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,290 < 2,060$). Diperoleh nilai t_{hitung} negatif menunjukkan variabel jumlah minimarket (X_1) memiliki berlawanan hubungan dengan variabel dependen (penurunan omset). Dapat dikatakan jumlah minimarket tidak berpengaruh terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Hal ini disebabkan karena wilayah Kecamatan Kaliwates merupakan wilayah perkotaan dan juga merupakan jalan lintas provinsi. Sehingga mobilitas setiap harinya ramai lalu-lalang kendaraan. Keberadaan toko kelontong yang berada dipinggir jalan menjadikan toko kelontong ini menjadi tempat yang strategis karena keberadaannya terlihat dengan jelas oleh pengendara dan mudah dijangkau pengendara mampir membeli barang kebutuhannya. Namun berbeda dengan toko

kelontong yang berada di gang yang membuat akses masuk susah dijangkau sebab pengendara tidak mengetahui keberadaannya.

Penelitian ini tidak sesuai dengan kajian teori dalam persaingan usaha disebutkan pertumbuhan jumlah ritel harus bertambah berdampak pada penurunan peritel lainnya terutama di toko kelontong. Penelitian ini juga mematahkan penelitian yang dilakukan oleh Sari Wahyu Aramiko (2011) yang menunjukkan bahwa jumlah minimarket berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penurunan omset toko kelontong.

b. Pengaruh Jarak (X_2) Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji T) variabel jarak diperoleh koefisien regresi sebesar 0,319 atau 31,9% artinya semakin dekat jarak minimarket dengan toko kelontong maka menyebabkan penurunan omset toko kelontong juga semakin besar besar. Sebaliknya, apabila semakin jauh jarak minimarket dengan toko kelontong maka akan kecil penurunan omset toko kelontong. Diperoleh hasil signifikansi 0,003, dan t hitung 3,333 atau nilai signifikansi ($0,003 < 0,05$) dan t hitung $>$ t tabel ($3,333 > 2,060$). Dapat dikatakan jarak antara minimarket dan toko kelontong mempengaruhi penurunan omset toko kelontong Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Penurunan omset toko kelontong terbesar dialami oleh toko kelontong yang memiliki jarak yang paling

dekat dengan minimarket misalnya toko kelontong tersebut berhadapan atau bersampingan dengan minimarket.

Penelitian membuktikan bahwa asumsi mengenai minimarket memiliki dampak yang negatif terhadap penurunan omset toko kelontong yang memiliki jarak yang tidak terlalu jauh. Dimana semakin dekat keberadaan toko kelontong dengan minimarket menyebabkan semakin besar persaingan diantara keduanya sehingga yang terjadi pada toko kelontong menyebabkan penurunan omset toko kelontong. Penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Irfan Nurhuda (2017) yang menyebutkan jarak lokasi toko kelontong dan minimarket memiliki pengaruh terhadap penurunan omset toko kelontong.

c. Pengaruh Promosi (X_3) Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji T) variabel promosi diperoleh koefisien regresi sebesar 0,195 atau 19,5% artinya semakin sering promosi yang dilakukan oleh minimarket maka semakin besar penurunan omset toko kelontong. Sebaliknya, apabila minimarket jarang melakukan promosi maka akan kecil penurunan omset toko kelontong. diperoleh hasil signifikansi 0,020 dan t_{hitung} sebesar 2,477 atau nilai signifikansi ($0,020 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,477 > 2,060$). Dapat dikatakan promosi yang dilakukan oleh minimarket ini menyebabkan penurunan omset pada toko kelontong di Kecamatan

Kaliwates Kabupaten Jember. Adanya promosi diakui oleh pedagang kelontong sangat mempengaruhi tren masyarakat dalam menentukan tempat berbelanja. Jumlah konsumen sesudah adanya minimarket sudah menurun apalagi ketika minimarket sedang melakukan promosi jumlah pengunjung yang berbelanja ke toko kelontong semakin berkurang. Tidak jarang ketika minimarket sedang melakukan promosi pedagang toko kelontong membeli di minimarket karena harganya lebih murah dari yang pedagang beli dari kulakan, dan nantinya akan dijual kembali kepada konsumen. Apalagi promosi yang dilakukan oleh minimarket setiap bulan pasti ada.

Penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Yossi Hardian Aditya Purwa (2018) serta menegaskan bahwa promosi minimarket memiliki pengaruh terhadap penurunan omset toko kelontong.

d. Pengaruh Pelayanan (X_4) Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji T) variabel pelayanan diperoleh koefisien regresi sebesar 0,517 atau 51,7% perolehan ini menunjukkan semakin besar pengaruh pelayanan yang dilakukan oleh minimarket maka semakin besar penurunan omset toko kelontong. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan oleh minimarket semakin berkurang maka akan kecil penurunan omset toko kelontong. Nilai signifikansi pada variabel pelayanan sebesar 0,000 dan t_{hitung}

sebesar 4,513 atau nilai signifikansi $<0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,513 > 2,060$). Dapat dikatakan pelayanan yang dilakukan oleh minimarket memiliki pengaruh yang besar terhadap penurunan omset pada toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

Dari pelayanan yang ditawarkan oleh minimarket terhadap konsumen baik dari variabel inti, fasilitas pendukung, dan keinginan konsumen dalam kenyamanan berbelanja menjadi nilai tambah dalam ritel modern tersebut. Dari kaca mata pemilik toko kelontong pelayanan pemberian fasilitas pendukung yang membuat konsumen tertarik dengan minimarket, seperti fasilitas pendingin ruangan, *food couner*, ruang parkir dan lain sebagainya. Selain menjual produk kebutuhan sehari-hari saja minimarket juga kepuasan emosi konsumen dalam berbelanja.

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Hasil Uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel (jumlah minimarket, jarak, promosi, dan pelayanan) berpengaruh terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Hasil uji R^2 menunjukkan bahwa variabel jumlah minimarket (X_1), jarak (X_2), promosi (X_3), dan pelayanan (X_4) memiliki hubungan determinasi terhadap penurunan omset toko kelontong (Y) memiliki hubungan determinasi sebesar 91,1% dan sisanya 8,9% dipengaruhi oleh variabel lain seperti persaingan dengan toko kelontong lain dan keberadaan pasar.
2. Hasil uji parsial (uji T) secara satu-satu variabel jumlah minimarket (X_1) tidak berpengaruh terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Jarak (X_2) menunjukkan jarak antara minimarket dan toko kelontong yang dekat berdampak terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Promosi (X_3) menunjukkan promosi yang dilakukan minimarket berpengaruh terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Dan pelayanan (X_4) yang diberikan oleh minimarket terhadap konsumen memiliki pengaruh yang besar terhadap penurunan omset toko kelontong di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

B. Saran

Dalam pembuatan skripsi ini tentunya masih banyak kekurangan, oleh karenanya perlu dikembangkan lebih lanjut lagi. Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti mengemukakan beberapa saran kepada:

1. Pemerintah Kabupaten Jember diharapkan untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan penerapan baik dalam Peraturan Presiden RI No.112 Tahun 2007 maupun dalam peraturan daerah Kabupaten Jember No 9 tahun 2016 bab 6 pasal 14 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern terutama mengenai lokasi pendirian, sistem penjualan dan jenis barang, serta syarat pendirian. Apabila terjadi sebuah pelanggaran terhadap hukum yang berlaku harus ada tindakan tegas dari pemerintah agar pembangunan minimarket tidak semakin menjamur.
2. Pelaku usaha toko kelontong diharapkan untuk selalu berinovasi terhadap toko kelontong yang sedang dijalankan baik dari segi pelayanan maupun fasilitas. Hal ini perlu untuk menarik minat konsumen berbelanja di toko kelontong tradisional sehingga eksistensi toko kelontong tidak akan tergerus akibat semakin maraknya minimarket.
3. Kepada pelaku usaha toko kelontong membentuk sebuah wadah/komunitas antar pelaku usaha toko kelontong di dalam satu

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori.2016. *“Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Azidin, Nurul.2019.Skripsi *”Persaingan Bisnis Antara Ritel Modern dan Ritel Tradisional (Studi Kasus Alfamart dan Indomaret Terhadap Toko Kecil di Sekitarnya Desa Sido Mukti, Gedung Aji Baru, Tulang Bawang”*.. Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *“Prosedur Penelitian, suatu Pendekatan Ke Praktek,”*.Jakarta: Rineka cipta
- Aziz, Abdul.2018. *“Ekonomi Politik Monopoli”*. Surabaya: Airlangga Universitas Press.
- Marbun,B.N.2003.”*Kamus Manajemen”*.Jakarta:Pustaka Sinar Harapan
- Badan Pusat Statistik.2020. *“Jawa Timur Dalam Angka 2020 Penduduk dan Ketenagakerjaan”*. Surabaya: ISSN: 0215-2193.
- _____.2020. *“Kabupaten Jember Dalam Angka 2020”*. Jember : ISSN: 978-602-71310-3-3.
- _____.2019. *“Kecamatan Kaliwates Dalam Angka 2019”*. Jember: ISSN: 3509.1937.
- Dewi, Anatasya Kusuma.2017.”*Pengaruh Retail Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Di Swalayan Putra Baru Bandar Jaya”*.
- Dewi, Mariena, Musa Hubies, Ety Riani, *Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan DayaSaing di Pasar Ritel Modern Carrefour(Kasus PT MadaniFood, Jakarta)*, Jurnal Manajemen IKM, Vol.15 No.1
- Fitri, Nurul.2017. Skripsi *“Analisis Dampak Usaha Ritel Modern Terhadap Usaha Ritel Tradisional di Kota Yogyakarta”*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Ginting, selpi Yana Br.2018. *“Keberadaan Minimarket Alfamart Dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional Di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan”*. Jurnal Suvarnabhumi, Vol.3, No.1.
- Harmizar, Zahrudin, 2006,*Menggali Potensi Wirausaha*, Bekasi: Dian Anugrah,
- IAIN Jember.2015. *“Pedoman Penulisan Karya Ilmiah”*. Jember: IAIN Jember Press.

- Jamal, Nadila. Skripsi. 2019. *“Analisis Keberadaan Minimarket Terhadap Kelangsungan Usaha Kecil Disekitarnya Menuyyrut Perspektif Ekonomi Syariah”*. Ambon: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon
- Karim, Muhammad Shaf.2018. Skripsi *“Analisis Dampak Keberadaan Ritel Modern (Minimarket) Terhadap Pedagang Kelontong Di Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batubara”*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto.2016. *“Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya”*. Jakarta : Kencana, 2016
- Lamera, Stefanus Maximus. Skripsi. 2017. *“Pengaruh Harga, Lokasi, Produk, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi”*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Lestario, Febrilian, *“Dampak Pertumbuhan Bisnis Franchise Waralaba Minimarket Terhadap Perkembangan Kedai Tradisional Di Kota Binjai, (Jurnal: Manajemen Tools) Vol.7 No.1 Juni 2017, ISSN: 2088-3145*
- Ma'ruf, Hendri.2018. *“Pemasaran Ritel”*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Miranti, Analisis Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Omset Pedagang Warung Kelontong DiJalan Manuruki Makassar, (Jurnal: Universitas Negeri Makassar)
- Nuraftia, Wilda dan Irawati.2007. *“Dampak Pendirian Minimarket terhadap Omzet Pedagang Tradisional di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi, (Studi Kebijakan Peraturan Bupati Nomor 16 Tahun 2007. Jurnal Madani Edisi II.*
- Nurfitriya, Nissa, dan Retno Hidayat.2015. *“Jurnal Omset Penjualan Berdasarkan Hajatan dan Waktu”*. No. 6, 4.
- Nurhuda, Irfan.2017. Skripsi *“Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan keuntungan usaha toko kelontong akibat munculnya minimarket modern”*. Yogyakarta: Universitas islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Obsidian, Jagadhita.2019. Skripsi *“Pengaruh berkembangnya minimarket modern terhadap kelangsungan usaha toko tradisional”*. Jakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Pandin, dan Marina L.2009. *“Potret Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern”*. Economic Review, No.215 .
- Prasetyo, Bambang, dan Lina Miftahul Jannah.2008. *“Metode Penelitian kuantitatif Teori dan Aplikasi”*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Rahman, Lukman Abdul.2019. Skripsi “*Analisis pengaruh pasar modern terhadap omzet pedagang tradisional*”. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Patrick Forsyth.1990.” *Manajemen Penjualan*”.Jakarta:PT.Elex MediaKumpitindo
- Rahmatia, Siti.2018. “ *Analisis nilai Tambah Produk Kerupuk Udang Pada Industri Rumahan Di Desa Muara Pantuan Kabupaten Kutai Kartanegara*”. eJournal Administrasi Bisnis.
- Ratminto, dan Atik Septi Winarsih.2018. “*Manajemen Pelayanan*”. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rizal, Rusma.2017. “*Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Omzet Penjualan Pada PT. Gaudi Dwi Laras Cabang Palembang*”. Jurnal Admika, No2 , 85.
- Kuncoro, Mudraj. 2005.”*Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*”.Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, Robert, dan Budi Yuniarto.2016. “*Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya*”. Jakarta: Kencana.
- Sopiah, dan Syihabuddin.2008. “*Manajemen Bisnis Ritel Edisi 1*” Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono.2011. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”. Bandung: ALFABETA.
- _____.2015. “*Metode Penelitian Manajemen*” Bandung: ALFABETA.
- Suharsih dan Mohammad Taufik Makaroa.2010.”,*Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia*”.Bogor: Ghalia Indonesia
- Sujana, Asep ST.2012. “*Manajemen Minimarket*”, Jakarta: Raih Asa Sukses
- Sujianto, Agus Eko.2009. “*Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*”. Jakarta: Prestasi Pustakarya.
- Sumarwan, Ujang.2015. “*Strategi pemasaran strategis: Perspektif perilaku Konsumen Dan Marketing Plan*”. Bogor : IPB Press.
- Supriyanto, Achmad Sani, dan Masyhuri Machufz.2010. “*Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*”. Malang: UIN Maliki Press.
- Th, Tulus Tambunan dkk.2004. “*Kajian Persaingan Dalam INdustri Retail*”. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU)

Umar, Husein.2008. “*Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma, dan Berbasis Pemecahan Masala*”. Jakarta: Rajawali Press.

Utomo, Tri Joko.2011.“*Persaingan Bisnis Ritel: Tradisional VS Modern.*” Fokus Ekonomi, Vol 6 No. 1.

UU Perda Kab. Jember.2016.”*Perlindungan Pasar Rakyat dan Penempatan Pusat Belanja Serta Toko Swalayan*”. Jember.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, tentang *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.

Widarjono, Agus.2005. “*Ekonometrika Teori dan Aplikasi.*” Yogyakarta: Eknomisia.

Windatria.2018.Skripsi,“*Dampak keberadaan ritel modern terhadap keberlangsungan ritel modern*”. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

<https://www.kabaruang.com/2019/10/data-pertumbuhan-bisnis-ritel-di-indonesia/>

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200128/12/1194484/industri-ritel-diprediksi-tumbuh-lebih-baik><https://www.kabaruang.com/2019/10/data-pertumbuhan-bisnis-ritel-di-indonesia/>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/10/04/penjualan-ritel-di-pasar-tradisional-dan-modern-melambat/>

<https://kbbi.web.id/jumlah>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khusnul Khotimah
NIM : E20162016
Jurusan/ Program Studi : Ekonomi Islam/ Ekonomi Syariah
Institusi : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
Tempat, Tanggal lahir : Jember, 28 Juni 1998
Alamat : Dusun Ponjen Kidul Desa Kencong RT/RW. 004/007 Kecamatan Kencong Kabupaten Jember

Dengan ini menyatakan bawa skripsi yang berjudul "analisis dampak jumlah ritel, jarak, promosi, pelayanan ritel modern (minimarket) terhadap penurunan omset toko kelontong di kecamatan kaliwates kabupaten jember" adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. apabila terdapat kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab kami.

Jember, 19 Oktober 2021
Saya yang menyatakan,


Khusnul Khotimah
E20162016

MATRIX PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Hipotesis	Rumusan Masalah
ANALISIS DAMPAK JUMLAH RITEL, JARAK, PROMOSI, PELAYANAN RITEL MODERN (MINIMARKET) TERHADAP PENURUNAN OMSET TOKO KELONTONG DI KECAMATAN KALIWATES KABUPATEN JEMBER	1. Jumlah Ritel(X_1) 2. Jarak(X_2) 3. Promosi (X_3) 4. Pelayanan (X_4) 5. Penurunan Omset (Y)	a. Jumlah ritel Indomaret dan Alfamart a. Jarak antara Indomaret dan Alfamart dengan toko a. Iklan b. Promosi penjualan c. Kehumasan d. Penjualan tatap muka a. Unsur Inti b. Tangible c. Augmented a. Mencapai Volume Penjualan b. Mendapatkan Laba c. Menunjang pertumbuhan Perusahaan	1. Data Primer yaitu: a. Kuesioner (angket) b. Wawancara c. Observasi 2. Data Sekunder yaitu: a. Dokumentasi b. Buku-buku c. Interne d. Sumber tertulis lainnya	1. Pendekatan penelitian: Pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian regresi linier berganda 2. Populasi dan Sampel: teknik pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> 3. Metode Pengumpulan data: a. Kuesioner (angket) b. Observasi c. Dokumentasi 4. Uji analisis data: a. Uji Instrumen data: Uji	H_0 : variabel independen (jumlah ritel, jarak, promosi, dan pelayanan) tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu penurunan omset toko kelontong H_a : variabel independen (jumlah ritel, jarak, promosi, dan pelayanan) berpengaruh	1. Apakah Jumlah Ritel, Jarak, Harga, Promosi, Pelayanan Ritel Modern (Minimarket) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong Binaan SRC Di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember? 2. Apakah Jumlah Ritel, Jarak, Harga, Promosi, Pelayanan Ritel Modern

				<p>validitas dan uji reliabilitas</p> <p>b. Uji asumsi klasik: Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas</p> <p>c. Analisis regresi berganda</p> <p>d. Uji koefisien determinan</p> <p>e. Uji hipotesis: Analisis uji t (parsial), dan analisis uji F (simultan)</p>	<p>signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu penurunan omset toko kelontong</p>	<p>(Minimarket) berpengaruh secara parsial atau satu per satu sama Terhadap Penurunan Omset Toko Kelontong Binaan SRC Di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember?</p>
--	--	--	--	---	---	--

KUESIONER

ANALISIS DAMPAK JUMLAH RITEL, JARAK, PROMOSI, PELAYANAN RITEL MODERN (MINIMARKET) TERHADAP PENURUNAN OMSET TOKO KELONTONG DI KECAMATAN KALIWATES KABUPATEN JEMBER

Bapak/Ibu, Saudara/I responden yang terhormat, perkenalkan nama saya **Khusnul Khotimah NIM.E20162016**, mahasiswa tingkat akhir di Universitas Islam Negeri (UIN) KH.Achmad Siddiq Jember. Dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah, saya memohon kesediaannya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang diberikan dibawah ini:

I. Data Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Nama Toko :
5. Jabatan :
6. Tahun Berdiri Toko :
7. Alamat :

II. Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda conteng (\checkmark) pada kolom yang tersedia apabila pertanyaan tersebut sesuai dengan yang anda rasakan. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Keterangan:

- SS = Sangat Setuju (diberi nilai 5)
S = Setuju (diberi nilai 4)
N = Netral (diberi nilai 3)
TS = Tidak Setuju (diberi nilai 2)
STS = Sangat Tidak Setuju (diberi nilai 1)

III. Daftar Pertanyaan

A. Variabel Jumlah Minimarket

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS

1	Jumlah minimarket yang berada di dekat toko kelontong saya minimal berdiri dua minimarket					
2	Banyaknya minimarket mengganggu aktivitas jual beli di toko kelontong saya					
3	Jumlah minimarket yang semakin banyak membuat persaingan ketat dengan toko kelontong saya					
4	Jumlah minimarket di Kecamatan Kaliwates terlalu banyak					

B. Variabel Jarak Minimarket

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Jarak yang dekat dengan minimarket modern menurunkan penghasilan saya					
2	Jarak yang dekat dengan minimarket modern membuat persaingan semakin ketat					
3	Toko kelontong saya kalah saing dengan minimarket modern					
4	Kebanyakan pembeli di minimarket adalah warga di sekitar toko kelontong saya					

C. Variabel Promosi Mini Market

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS

1	Minimarket modern sering melakukan promosi penjualan melalui media cetak, seperti brosur yang dapat menarik perhatian pengunjung toko kelontong saya					
2	Ketika ada diskon atau potongan harga di minimarket membuat toko kelontong saya sepi pengunjung					
3	Saya sering melihat minimarket sering melakukan promosi langsung dengan konsumen					
4	Informasi mengenai produk yang dijual di minimarket mudah didapat daripada di toko kelontong saya					

D. Variabel Pelayanan Minimarket

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Pelayanan kasir minimarket lebih cepat dari toko kelontong saya					
2	Produk yang dijual di minimarket lebih lengkap dari toko kelontong saya					
3	Pelanggan saya lebih tertarik dengan tata letak minimarket					
4	Jam buka toko kelontong saya selalu tepat waktu					

E. Variabel Terikat (Omset)

Omset toko per bulan sebelum berdirinya minimarket :

Omset toko per bulan setelah berdirinya minimarket :

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Omset yang saya peroleh menurun setelah berdirinya minimarket modern					
2	Penjualan barang dagang menurun setelah berdirinya minimarket modern					
3	Jumlah pembeli toko kelontong saya menurun setelah berdirinya minimarket modern					
4	Harga jual produk di toko kelontong saya tidak berbeda jauh dengan harga jual produk di minimarket					

Jember,...../...../.....

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ

Pemilik Toko

JEMBER

4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17
4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	5	4	5	5	19	5	5	5	3	18	4	5	4	3	16
4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	4	4	4	17
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	5	3	14	5	5	3	2	15	3	3	3	3	12
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	4	4	4	17
5	3	4	4	16	5	3	4	3	15	5	4	5	3	17	5	5	5	2	17	4	4	4	3	15
3	4	3	4	14	4	4	3	4	15	4	4	5	5	18	5	5	5	3	18	4	4	4	4	16
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	4	4	2	14	3	3	3	3	12
3	4	3	4	14	4	5	4	4	17	5	4	3	3	15	5	4	4	3	16	4	4	4	3	15
3	4	3	5	15	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	4	5	2	3	14	3	4	3	3	13
3	5	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	5	3	16	5	4	5	3	17	4	4	4	3	15
3	4	4	5	16	3	3	4	3	13	3	4	5	5	17	5	4	4	3	16	4	4	3	4	15
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	5	5	4	19	5	4	4	4	1

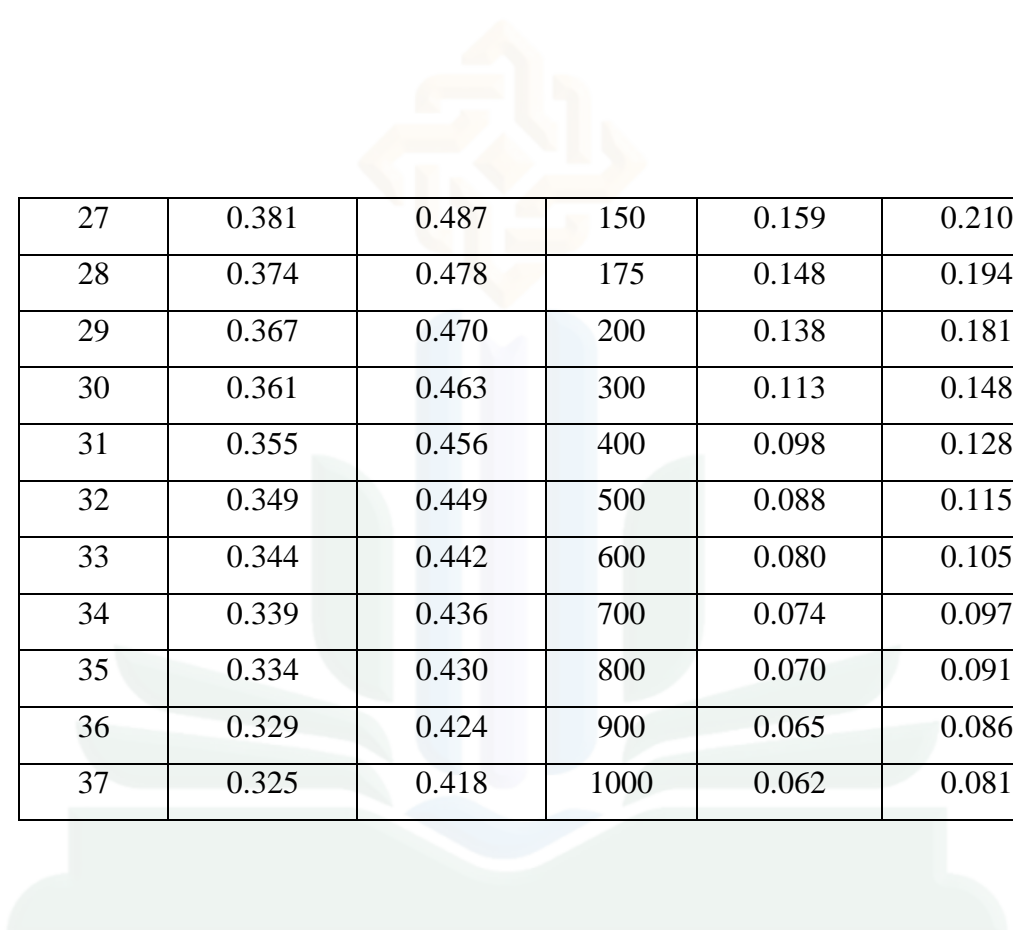
																							7	
4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	5	5	4	3	17	4	4	4	3	15
3	4	4	4	15	5	5	3	4	17	5	4	5	4	18	5	5	5	3	18	4	4	4	4	16

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**Distribusi Nilai r_{tabel}
Signifikansi 5% dan 1%**

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230



27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Distribution Nilai Tabel $F_{0,05}$
Degree of freedom for Nominator
Tabel Nilai Kritis F 0,06

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	∞	
Degr ees of freed om for Deno mina tor	1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	244	246	248	249	250	251	252	253	254
	2	18,5	19,0	19,2	19,2	19,3	19,3	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5	19,5
	3	10,1	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,81	8,79	8,74	8,70	8,66	8,64	8,62	8,59	8,57	8,55	8,53
	4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,91	5,86	5,80	5,77	5,75	5,72	5,69	5,66	5,63
	5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74	4,68	4,62	4,56	4,53	4,50	4,46	4,43	4,40	4,37
	6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,00	3,94	3,87	3,84	3,81	3,77	3,74	3,70	3,67
	7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64	3,57	3,51	3,44	3,41	3,38	3,34	3,30	3,27	3,23
	8	5,32	4,46	4,07	3,84	4,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35	3,28	3,22	3,15	3,12	3,08	3,04	3,01	2,97	2,93
	9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14	3,07	3,01	2,94	2,90	2,86	2,83	2,79	2,75	2,71
	10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98	2,91	2,85	2,77	2,74	2,70	2,66	2,62	2,58	2,54
	11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,85	2,79	2,72	2,65	2,61	2,57	2,53	2,49	2,45	2,40

12	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	3,00	2,91	2,85	2,80	2,75	2,69	2,62	2,54	2,51	2,47	2,43	2,38	2,34	2,30
13	4,67	3,81	3,41	3,13	3,03	2,92	2,83	2,77	2,71	2,67	2,60	2,53	2,46	2,42	2,38	2,34	2,30	2,25	2,21
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,76	2,70	2,65	2,60	2,53	2,46	2,39	2,35	2,31	2,27	2,22	2,18	2,13
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,71	2,64	6,59	2,54	2,48	2,40	2,33	2,29	2,25	2,20	2,16	2,11	2,07
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,42	2,35	2,28	2,24	2,19	2,15	2,11	2,06	2,01
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,61	2,55	2,49	2,45	2,38	2,31	2,23	2,19	2,15	2,10	2,06	2,01	1,96
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,34	2,27	2,19	2,15	2,11	2,06	2,02	1,97	1,92
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,54	2,48	2,42	2,38	2,31	2,23	2,16	2,11	2,07	2,03	1,98	1,93	1,88
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,51	2,45	2,39	2,35	2,28	2,20	2,12	2,08	2,04	1,99	1,95	1,90	1,84
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,25	2,18	2,10	2,05	2,01	1,96	1,92	1,87	1,81
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,46	2,40	2,34	2,30	2,23	2,15	2,07	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,78
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,44	2,37	2,32	2,27	2,20	2,13	2,05	2,01	1,96	1,91	1,86	1,81	1,76
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,42	2,36	2,30	2,25	2,18	2,11	2,03	1,98	1,94	1,89	1,84	1,79	1,73
25	4,24	3,39	2,99	2,76	2,60	2,49	2,40	2,34	2,28	2,24	2,16	2,09	2,01	1,96	1,92	1,87	1,82	1,77	1,71

30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,33	2,27	2,21	2,16	2,09	2,01	1,93	1,89	1,84	1,79	1,74	1,68	1,62
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,08	2,00	1,92	1,84	1,79	1,74	1,69	1,64	1,58	1,51
50	4,08	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02	1,95	1,87	1,78	1,74	1,69	1,6	1,56	1,50	1,41
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,92	1,84	1,75	1,70	1,65	1,59	1,53	1,47	1,39
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,85	1,80	1,68	1,63	1,57	1,51	1,46	1,40	1,28
120	3,92	3,07	2,68	2,45	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91	1,83	1,75	1,66	1,61	1,55	1,50	1,43	1,35	1,22
∞	3,84	3,00	2,60	2,37	2,21	2,10	2,01	1,94	1,88	1,83	1,75	1,67	1,57	1,52	1,46	1,39	1,32	1,22	1,00

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Distribusi Nilai t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652

13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643

27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744	91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738	92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733	93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728	94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724	95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719	96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715	97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712	98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708	99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633

41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701	101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698	102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695	103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687	106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685	107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682	108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680	109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676	111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674	112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672	113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670	114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624

55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668	115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667	116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665	117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663	118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662	119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution." Biometrika, Vol. 32. (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustess.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

A. UJI VALIDITAS

1. Jumlah Minimarket

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Jumlah Minimarket
X1.1	Pearson Correlation	1	.489*	.719*	.592*	.816**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.489**	1	.756*	.744*	.852**
	Sig. (2-tailed)	.006		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.719**	.756*	1	.730*	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.592**	.744*	.730*	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Jumlah Minimarket	Pearson Correlation	.816**	.852*	.927*	.877*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

No	Pearson Correlation/ r_{hitung}	Sig.	r_{tabel}	Kriteria
X1.1	0,816	0,000	0,361	Valid
X1.2	0,852	0,000	0,361	Valid
X1.3	0,927	0,000	0,361	Valid
X1.4	0,877	0,000	0,361	Valid

2. Jarak

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jarak
X2.1	Pearson Correlation	1	.729**	.569**	.712**	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.729**	1	.649**	.835**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.569**	.649**	1	.743**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.712**	.835**	.743**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Jarak	Pearson Correlation	.851**	.913**	.835**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

No	Pearson Correlation/ r_{hitung}	Sig.	r_{tabel}	Kriteria
X2.1	0,851	0,000	0,361	Valid
X2.2	0,913	0,000	0,361	Valid
X2.3	0,835	0,000	0,361	Valid
X2.4	0,932	0,000	0,361	Valid

3. Promosi

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	.752**	.257	.451*	.760**
	Sig. (2-tailed)		.000	.171	.012	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.752**	1	.431*	.779**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000		.017	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.257	.431*	1	.540**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.171	.017		.002	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.451*	.779**	.540**	1	.872**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.002		.000
	N	30	30	30	30	30
Promosi	Pearson Correlation	.760**	.918**	.677**	.872**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

No	Pearson Correlation/ r_{hitung}	Sig.	r_{tabel}	Kriteria
X3.1	0,760	0,000	0,361	Valid
X3.2	0,918	0,000	0,361	Valid
X3.3	0,677	0,004	0,361	Valid
X3.4	0,872	0,000	0,361	Valid

4. Pelayanan

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Pelayanan
X4.1	Pearson Correlation	1	.280	.481**	.457*	.689**
	Sig. (2-tailed)		.134	.007	.011	.000
	N	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.280	1	.197	.387*	.595**
	Sig. (2-tailed)	.134		.297	.035	.001
	N	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.481**	.197	1	.362*	.743**
	Sig. (2-tailed)	.007	.297		.050	.000
	N	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	.457*	.387*	.362*	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.011	.035	.050		.000
	N	30	30	30	30	30
Pelayanan	Pearson Correlation	.689**	.595**	.743**	.821*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

No	Pearson Correlation/ r_{hitung}	Sig.	r_{tabel}	Kriteria
X4.1	0,689	0,002	0,361	Valid
X4.2	0,595	0,001	0,361	Valid
X4.3	0,743	0,000	0,361	Valid
X4.4	0,821	0,000	0,361	Valid

5. Penurunan Omset

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Penurunan Omset
Y1	Pearson Correlation	1	.660**	.732**	.706**	.931**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.660**	1	.653**	.463**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.010	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.732**	.653**	1	.494**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.006	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.706**	.463**	.494**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.006		.000
	N	30	30	30	30	30
Penurunan Omset	Pearson Correlation	.931**	.826**	.836**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

No	Pearson Correlation/ r_{hitung}	Sig.	r_{tabel}	Kriteria
Y1	0,931	0,000	0,361	Valid
Y2	0,826	0,000	0361	Valid
Y3	0,836	0,000	0,361	Valid
Y4	0,783	0,000	0,361	Valid

B. Uji Reabilitas

1. Jumlah Minimarket (X_1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	12.47	4.326	.666	.894
X1.2	12.23	4.461	.745	.864
X1.3	12.43	3.771	.855	.819
X1.4	12.17	4.282	.781	.850

2. Jarak (X_2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	12.33	4.644	.738	.896
X2.2	12.33	4.230	.834	.862
X2.3	12.53	4.740	.714	.904
X2.4	12.50	4.259	.873	.848

3. Promosi (X₃)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	13.17	3.730	.563	.806
X3.2	13.43	3.426	.850	.682
X3.3	12.93	4.202	.474	.839
X3.4	13.47	3.016	.721	.733

4. Pelayanan (X₄)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.643	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	12.27	2.547	.567	.567
X4.2	12.53	2.464	.370	.614
X4.3	12.70	1.803	.428	.581
X4.4	13.90	1.472	.520	.515

5. Penurunan Omset (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	11.27	1.651	.837	.769
Y2	11.37	2.171	.677	.832
Y3	11.63	2.447	.738	.820
Y4	11.83	2.420	.641	.847

C. Uji Statistik Deskriptif

1. Jumlah Minimarket (X_1)

Statistics

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
N	Valid	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0
Mean	3.97	4.20	4.00	4.27	
Std. Error of Mean	.148	.130	.152	.135	
Median	4.00	4.00	4.00	4.00	
Mode	4	4	3 ^a	5	
Std. Deviation	.809	.714	.830	.740	
Range	2	2	2	2	
Sum	119	126	120	128	

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

a. Pertanyaan (X1.1)

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	10	33.3	33.3
	Setuju	11	36.7	70.0
	Sangat Setuju	9	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0

b. Pertanyaan (X1.2)

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	16.7	16.7
	Setuju	14	46.7	63.3
	Sangat Setuju	11	36.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0

c. Pertanyaan (X1.3)

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	10	33.3	33.3
	Setuju	10	33.3	66.7
	Sangat Setuju	10	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0

d. Pertanyaan (X1.4)

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	16.7	16.7
	Setuju	12	40.0	56.7
	Sangat Setuju	13	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0

2. Jarak (X₂)

Statistics

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
N	Valid	30	30	30
	Missing	0	0	0
Mean		4.23	4.23	4.07
Std. Error of Mean		.141	.149	.143
Median		4.00	4.00	4.00
Mode		5	5	4

Std. Deviation	.774	.817	.765	.785
Range	2	2	2	2
Sum	127	127	121	122

a. Pertanyaan (X2.1)

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	6	20.0	20.0	20.0
Valid Setuju	11	36.7	36.7	56.7
Valid Sangat Setuju	13	43.3	43.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

b. Pertanyaan (X2.2)

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	7	23.3	23.3	23.3
Valid Setuju	9	30.0	30.0	53.3
Valid Sangat Setuju	14	46.7	46.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

c. Pertanyaan (X2.3)

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	8	26.7	26.7	26.7
Valid Setuju	13	43.3	43.3	70.0
Valid Sangat Setuju	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

d. Pertanyaan (X2.4)

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	8	26.7	26.7	26.7
	Setuju	12	40.0	40.0	66.7
	Sangat Setuju	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

3. Promosi (X₃)

Statistics

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
N	Valid	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.50	4.23	4.73	4.20
Std. Error of Mean		.142	.124	.126	.162
Median		5.00	4.00	5.00	4.50
Mode		5	4	5	5
Std. Deviation		.777	.679	.691	.887
Range		2	2	2	2
Sum		135	127	142	126

a. Pertanyaan (X3.1)

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	16.7	16.7	16.7
	Setuju	5	16.7	16.7	33.3
	Sangat Setuju	20	66.7	66.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

b. Pertanyaan (X3.2)

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	4	13.3	13.3	13.3
Valid Setuju	15	50.0	50.0	63.3
Valid Sangat Setuju	11	36.7	36.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

c. Pertanyaan (X3.3)

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	4	13.3	13.3	13.3
Valid Sangat Setuju	26	86.7	86.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

d. Pertanyaan (X3.4)

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	9	30.0	30.0	30.0
Valid Setuju	6	20.0	20.0	50.0
Valid Sangat Setuju	15	50.0	50.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

4. Pelayanan(X₄)

Statistics

	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
N Valid	30	30	30	30
N Missing	0	0	0	0
Mean	4.87	4.60	4.43	3.23
Std. Error of Mean	.063	.091	.141	.157
Median	5.00	5.00	5.00	3.00

Mode	5	5	5	3
Std. Deviation	.346	.498	.774	.858
Range	1	1	3	3
Sum	146	138	133	97

a. Pertanyaan (X4.1)

X4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	4	13.3	13.3	13.3
Valid Sangat Setuju	26	86.7	86.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

b. Pertanyaan (X4.2)

X4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	12	40.0	40.0	40.0
Valid Sangat Setuju	18	60.0	60.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

c. Pertanyaan (X4.3)

X4.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	3.3	3.3	3.3
Valid Netral	2	6.7	6.7	10.0
Valid Setuju	10	33.3	33.3	43.3
Valid Sangat Setuju	17	56.7	56.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

d. Pertanyaan (X4.4)

X4.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	Tidak Setuju	5	16.7	16.7	16.7
	Netral	16	53.3	53.3	70.0
Valid	Setuju	6	20.0	20.0	90.0
	Sangat Setuju	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

5. Penurunan Omset (Y)

Statistics

		Y1	Y2	Y3	Y4
N	Valid	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.10	4.00	3.73	3.53
Std. Error of Mean		.130	.107	.082	.093
Median		4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4
Std. Deviation		.712	.587	.450	.507
Range		2	2	1	1
Sum		123	120	112	106

a. Pertanyaan (Y1)

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	20.0	20.0	20.0
	Setuju	15	50.0	50.0	70.0
	Sangat Setuju	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

b. Pertanyaan (Y2)

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	5	16.7	16.7	16.7
	Setuju	20	66.7	66.7	83.3
	Sangat Setuju	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

c. Pertanyaan (Y3)

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	8	26.7	26.7	26.7
	Setuju	22	73.3	73.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

d. Pertanyaan (Y4)

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	14	46.7	46.7	46.7
	Setuju	16	53.3	53.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

D. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.57153804
Most Extreme Differences	Absolute	.156
	Positive	.156
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		.853
Asymp. Sig. (2-tailed)		.461

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

E. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Jumlah Minimarket	.188	5.307
	Jarak	.185	5.394
	Promosi	.350	2.857
	Pelayanan	.303	3.305

a. Dependent Variable: Penurunan Omset

F. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.864	.649		1.331	.195
	Jumlah Minimarket	.060	.055	.440	1.082	.290
	Jarak	-.068	.054	-.516	-1.257	.220
	Promosi	.079	.045	.527	1.764	.090
	Pelayanan	-.098	.065	-.486	-1.512	.143

a. Dependent Variable: Abs_1

G. Uji Regresi Linier Berganda Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.139	1.146		-.121	.904
	Jumlah Minimarket	-.126	.098	-.177	-1.290	.209

Jarak	.319	.096	.461	3.333	.003
Promosi	.195	.079	.249	2.477	.020
Pelayanan	.517	.115	.488	4.513	.000

a. Dependent Variable: Penurunan Omset

H. Uji Regresi Linier Berganda Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	97.494	4	24.373	64.323	.000 ^b
Residual	9.473	25	.379		
Total	106.967	29			

a. Dependent Variable: Penurunan Omset

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Jumlah Minimarket, Jarak

I. Uji Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.955 ^a	.911	.897	.616

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Promosi, Jumlah Minimarket, Jarak

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dengan Ibu Bambang
pemilik toko kelontong SRC Bambang
Jl. Imam Bonjol, No.10 Kedung
Piring, Tegal Besar, Kaliwates



Wawancara dengan Ibu Sundari
pemilik toko kelontong Jauhari Jl.
Imam Bonjol, No.1 Kedung Piring,
Tegal Besar, Kaliwates



Wawancara dengan Ibu Wagiyem
pemilik toko kelontong Sari Ternak Jl.
Imam Bonjol, Kedung Piring, Tegal
Besar, Kaliwates



Wawancara dengan Bapak Wayudi
pemilik toko kelontong Yudi Jl.
Bandeng, Mrapa, Sempusari, Kaliwates



Wawancara dengan Bapak Subur
pemilik toko kelontong SRC Subur Jl.
Udang Windu, Mangli, Kaliwates



Wawancara dengan Bapak Gunadi Ibnu
Sulyanto pemilik toko kelontong Hijau
Jl. Telengseh, Jember Kidul, Kaliwates



Wawancara dengan Bapak Samsi
pemilik toko kelontong sams Jl.
Kenanga No.61, Ledok, Jember Kidul,
Kaliwates



Wawancara dengan Ibu Husnul
Kotimah pemilik toko kelontong 2005
Jl. Brawijaya, Mangli, Kaliwates



Wawancara dengan Ibu Sari pemilik
toko kelontong Muktisari Jl. Basuki
Rahmat, Tegal Besar, Kaliwates



Wawancara dengan Ibu Endang pemilik
toko kelontong Barokah Asri Jl.
KH.Siddiq, Jember Kidul, Kecamatan
Kaliwates



Wawancara dengan Ibu Siti Pemilik
toko kelontong B. siti Jl. Basuki
Rahmat, Tegal Besar, Kaliwates



Wawancara dengan Ibu Siti Amira
Pemilik toko kelontong Amir Jl.
KH.Wachid Hasyim, Kepatihan,
Kecamatan Kaliwates,



Wawancara dengan Bapak Slamet Budi Santoso Pemilik toko kelontong Slamet Jl. Brawijaya No. 80 Mangli, Kaliwates



Wawancara dengan Ibu Muzaimah Pemilik toko kelontong Bu Bahrum Jl. Telengseh, Jember Kidul, Kaliwates



Wawancara dengan Ibu Suhaina Pemilik toko kelontong Bu Gizo Jl. Teratai, Kaliwates



Wawancara dengan Ibu Susan Pemilik toko kelontong B.Sus Jl. Jl. Bandeng, Mrapa, Sempusari, Kaliwates

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

Nama : Khusnul Khotimah
NIM : E20162016
Tempat, Tanggal Lair : Jember, 28 Juni 1998
Alamat : Dusun Ponjen Kidul, RT/RW: 004/007 Desa
Kencong, Kecamatan Kencong, Kabupaten
Jember
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Kewarganegaraan : WNI
No. HP : 085156828526
Email : khusnulhotimah1876gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

- a. SDN Negeri Wonorejo 6 : 2004-2010
- b. SMP Negeri 2 Kencong : 2010-2013
- c. MAN 3 Jember : 2013-2016
- d. Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember : 2016-2021

C. Pengalaman Organisasi

1. Pramuka SMP Negeri 2 Kencong tahun 2010-2012
2. Paskibra MAN 3 Jember tahun 2013-2015
3. Multimedia Prodikstik MAN 3 Jember 2014-2016
4. Anggota Umum Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT) IAIN Jember tahun 2017-2018
5. Ketua Umum Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT) IAIN Jember tahun 2018-2020.