

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kampung Batik Rejomulyo

Kampoeng Batik merupakan salah satu Desa Wisata Kota Semarang yang ada di Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Semarang Timur. Kampoeng Batik memiliki 9 RT yang terdiri atas: Batik Gedong, Batik Tengah (sering disebut Kampoeng Djadhoel = belandja dan dhoelan-dhoelan), Batik Sari, Batik Malang, Batik Gayam, Batik Krajan, dan Batik Krajan Baru. Kampoeng Batik yang memiliki berbagai daya Tarik dan dapat dijadikan sebagai tujuan wisata edukasi, seni, sejarah, belanja, dan budaya khususnya batik, diresmikan oleh Lurah Rejomulyo pada tanggal 29 April 2017.

Dari segi aksesibilitas, Kampung Wisata Batik tempatnya sangat strategis karena berdekatan dengan Kota Lama, Museum Kota Lama, Stasiun Tawang, Stasiun Poncol, Pelabuhan Tanjung Emas, Bandara Ahmad Yani, Pasar Johar, Aloon-Aloon Semarang, Masjid Agung Kauman, Hotel Horison, dan Hotel Golden, sehingga dapat dengan mudah di akses menggunakan semua moda transportasi darat yang ada baik itu sepeda onthel, sepeda motor, mobil keluarfa, maupun bus pariwisata.

Dari segi daya tarik wisata, Kampung Wisata Batik menawarkan beberapa pilihan paket wisata antara lain : paket wisata yang terdiri dari belajar dan pelatihan membatik dewasa maupun anak-anak, belanja batik, *souvenir*, kuliner, djadhoel, tempat reuni/seminar, sejarah, seni, swafoto, dan

budaya. Pengunjung tidak perlu khawatir dengan kondisi wilayah Kampoeng Batik. Sebab sebagai destinasi, pengelola Kampoeng Batik sudah menyiapkan beragam antisipasi seperti kondisi yang aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan punya kenangan.

4.2 Uji Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2009). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas yang diuji menggunakan *corrected item total correlation*, yaitu dengan cara mengoreksi skor total diperoleh dengan menjumlahkan semua skor pertanyaan. Dengan kriteria pengujian validitas penelitian sebagai berikut (Ghozali, 2009). Jika r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner tersebut valid. Jika r hitung $<$ r tabel, maka kuesioner tersebut tidak valid. Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel (n) sebanyak 100 sehingga nilai r tabel yang digunakan adalah 0,1966.

Nilai r hitung untuk masing-masing item pertanyaan (PS1 sampai PS14) lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel (0,1996) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item-item pertanyaan tersebut telah valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel PS (*Personal Selling*).

Nilai r hitung untuk masing-masing item pertanyaan (MB1 sampai MB5) lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel (0,1996) sehingga dapat

disimpulkan bahwa semua item-item pertanyaan tersebut telah valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel MB (Minat Beli).

4.2.2 Uji Reliabilitas

Ghozali (2009) menjelaskan bahwa uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan dengan menggunakan nilai statistik *cronbach's alpha* (α) dan dikatakan reliabel jika memberikan nilai α 0,6 (Ghozali, 2015:7).

Semua variabel memberikan masing-masing nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan kuesioner telah reliabel

4.3 Analisis Deskriptif

Dalam melakukan penelitian ini peneliti memilih responden sebanyak 100 responden. Peneliti berhasil mengumpulkan 100 responden yang datanya dapat dipergunakan dan diolah untuk penelitian ini. Adapun responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

	Frekuensi	Persen
Pria	55	55
Wanita	45	45
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari tabel 4.4 di atas dapat diketahui jumlah responden penelitian ini berdasarkan jenis kelamin lebih banyak responden pria yaitu sebanyak 55% responden.

Peneliti berhasil mengumpulkan 100 responden yang datanya dapat dipergunakan dan diolah untuk penelitian ini. Adapun responden berdasarkan penggolongan responden berdasarkan Kunjungan ke Kampung Batik Rejomulyo:

Tabel 4.2 Kunjungan ke Kampung Batik Rejomulyo

	Frekuensi	Persen
1 – 3x kunjungan	25	25
4 – 6x kunjungan	12	12
7 – 9x kunjungan	15	15
>9x kunjungan	48	48
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer diolah (2022)

Peneliti berhasil mengumpulkan 100 responden yang datanya dapat dipergunakan dan diolah untuk penelitian ini. Adapun responden berdasarkan penggolongan responden berdasarkan Kunjungan ke Kampung Batik Rejomulyo.

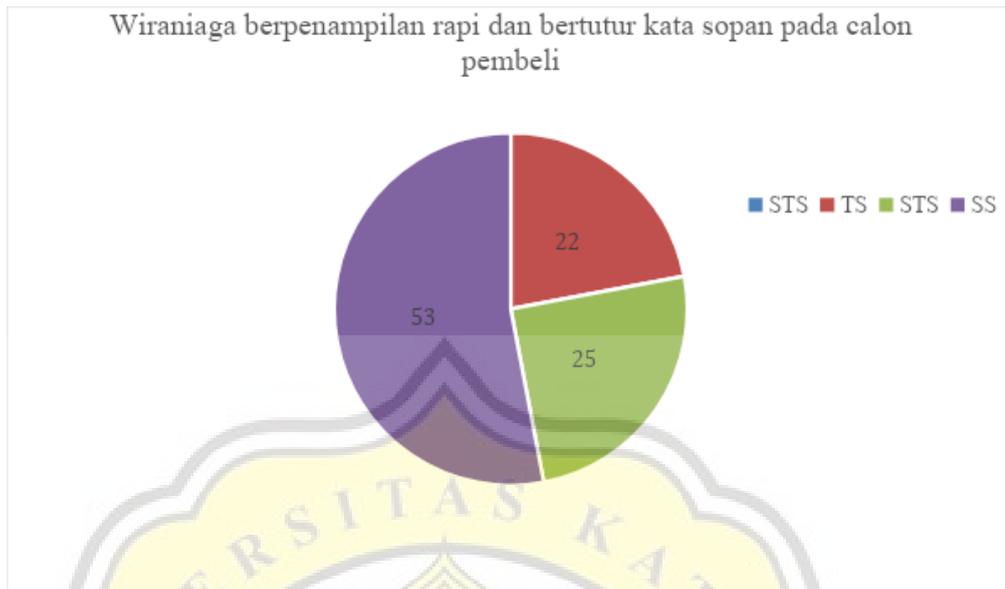


Diagram 4.1 Pernyataan Kuesioner 1

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga berpenampilan rapi dan bertutur kata sopan pada calon pembeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 63 responden (53%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 25 responden (25%) dan 22 responden (22%) menjawab setuju dan tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

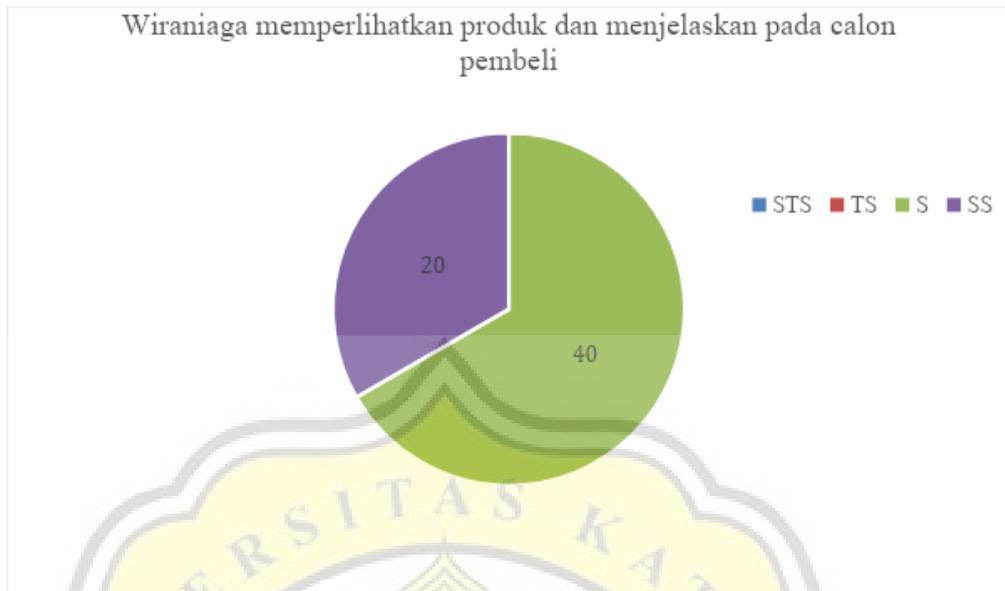


Diagram 4.2 Pernyataan Kuesioner 2

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga memperlihatkan produk dan menjelaskan pada calon pembeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 60 responden (60%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 40 responden (40%) menjawab setuju pernyataan tersebut.

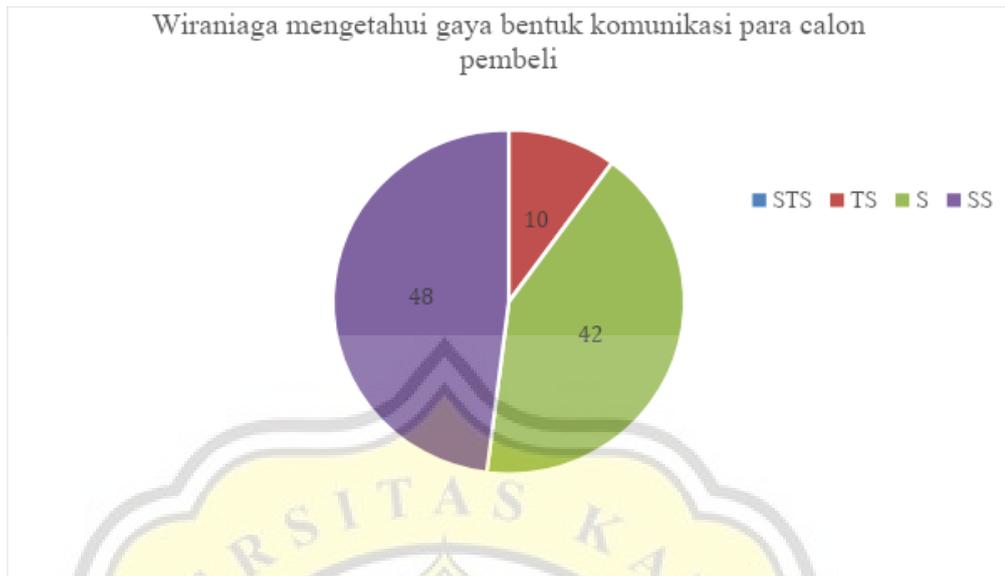


Diagram 4.3 Pernyataan Kuesioner 3

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga mengetahui gaya bentuk komunikasi para calon pembeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 48 responden (48%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 42 responden (42%) menjawab setuju serta 10 responden (10%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

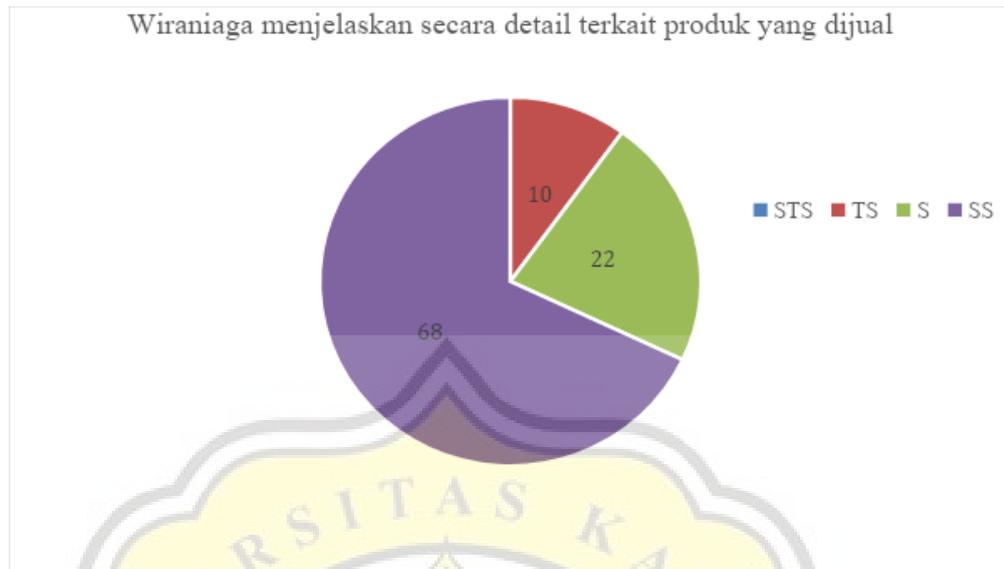


Diagram 4.4 Pernyataan Kuesioner 4

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga menjelaskan secara detail terkait produk yang dijual”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 68 responden (68%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 22 responden (22%) menjawab setuju serta 10 responden (10%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut

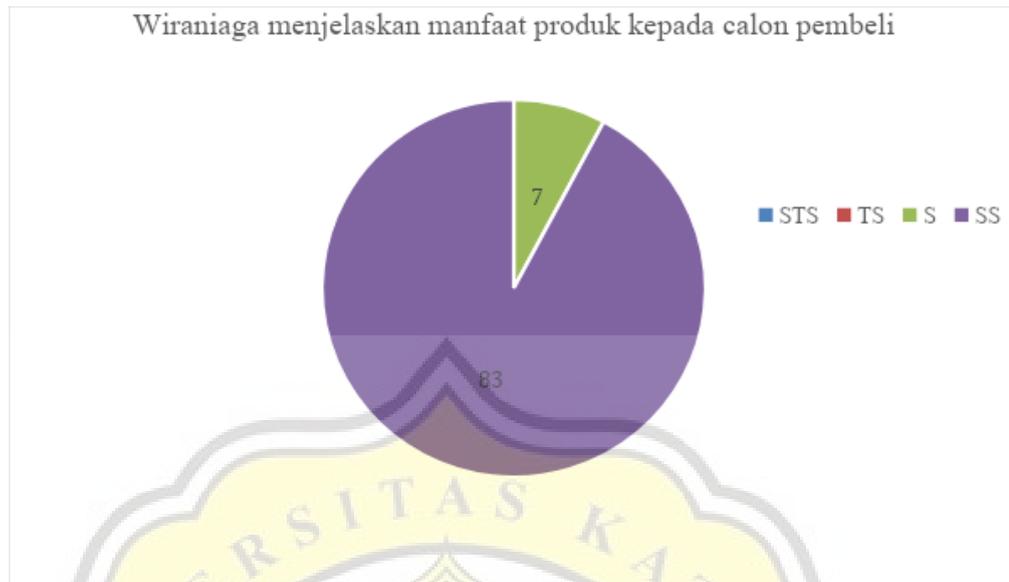


Diagram 4.5 Pernyataan Kuesioner 5

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga menjelaskan manfaat produk kepada calon pembeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 83 responden (83%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 7 responden (7%) menjawab setuju dengan pernyataan tersebut.

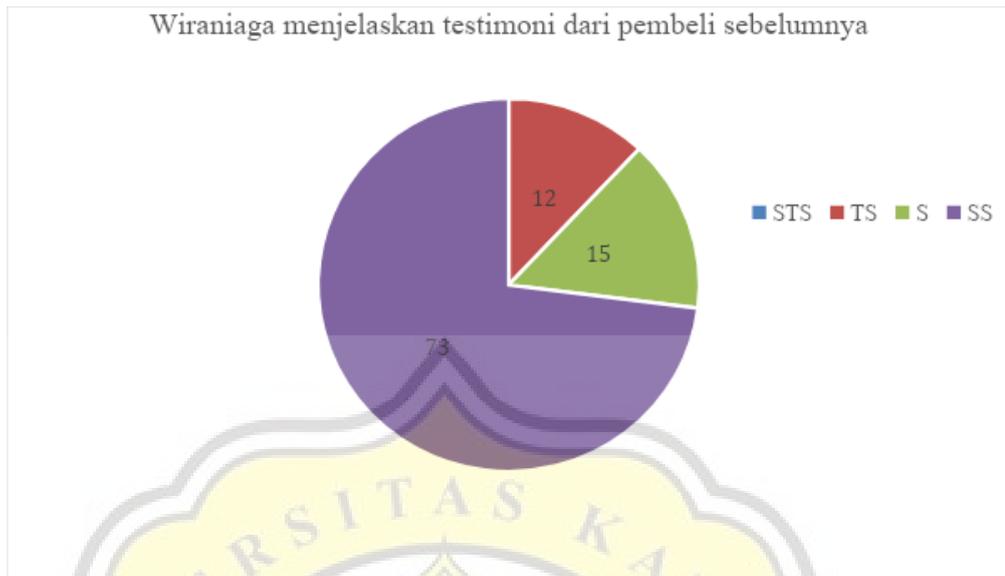


Diagram 4.6 Pernyataan Kuesioner 6

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga menjelaskan testimoni dari pembeli sebelumnya”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 73 responden (73%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 15 responden (15%) menjawab setuju serta 12 responden (12%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut



Diagram 4.7 Pernyataan Kuesioner 7

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga mampu mengidentifikasi keberatan mengenai produk pada calon pembeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 62 responden (62%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 34 responden (34%) menjawab setuju serta 4 responden (4%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut

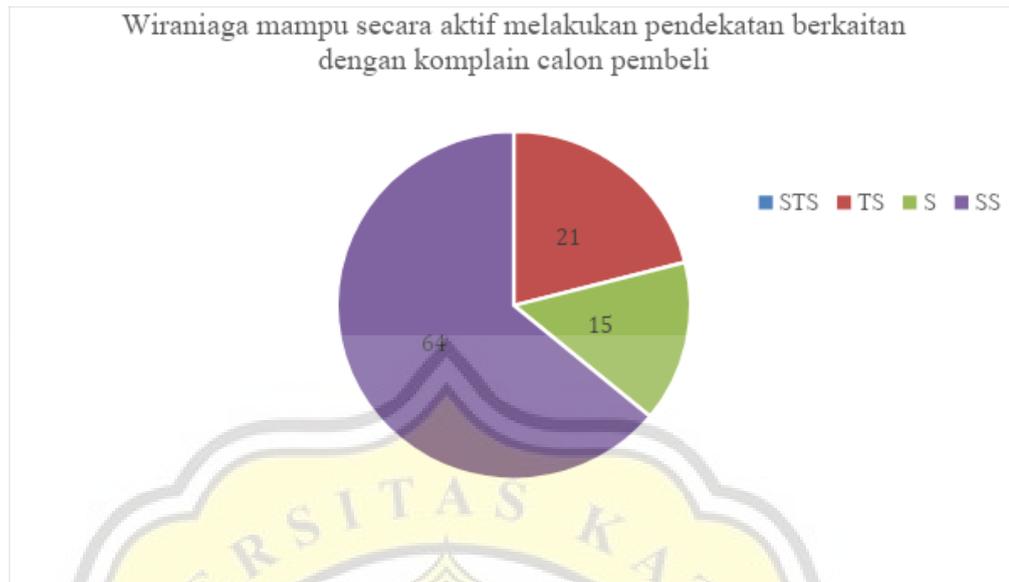


Diagram 4.8 Pernyataan Kuesioner 8

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga mampu secara aktif melakukan pendekatan berkaitan dengan komplain calon pembeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 64 responden (64%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 15 responden (15%) menjawab setuju serta 21 responden (21%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

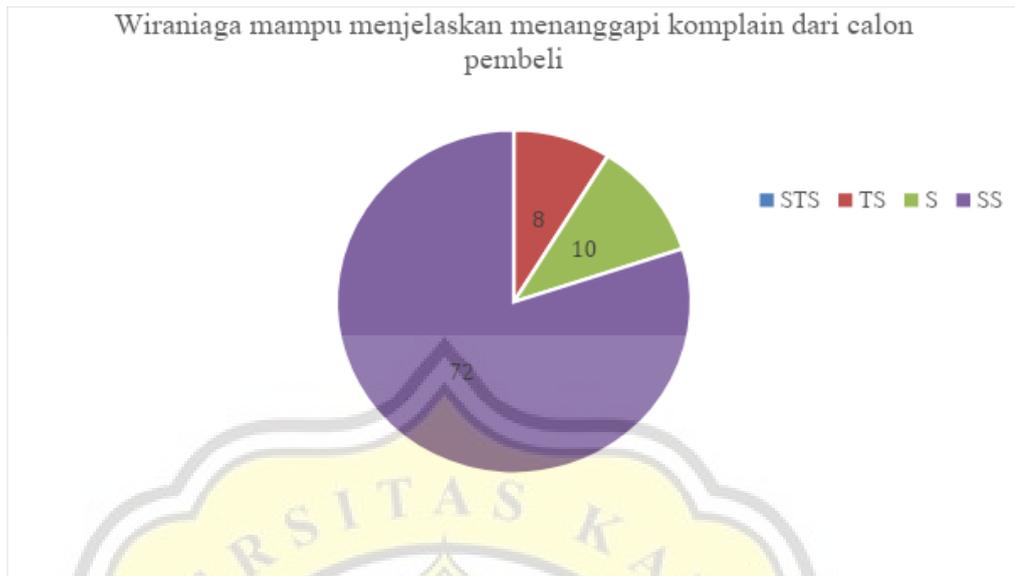


Diagram 4.9 Pernyataan Kuesioner 9

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga mampu menjelaskan menanggapi komplain dari calon pembeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 72 responden (72%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 10 responden (10%) menjawab setuju serta 8 responden (8%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

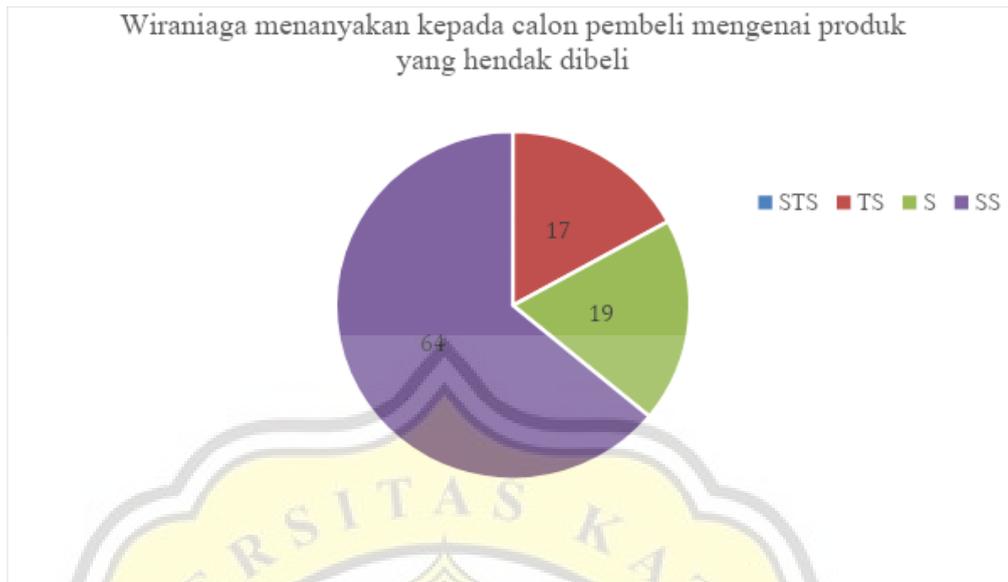


Diagram 4.10 Pernyataan Kuesioner 10

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga menanyakan kepada calon pembeli mengenai produk yang hendak dibeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 64 responden (64%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 19 responden (19%) menjawab setuju serta 17 responden (17%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

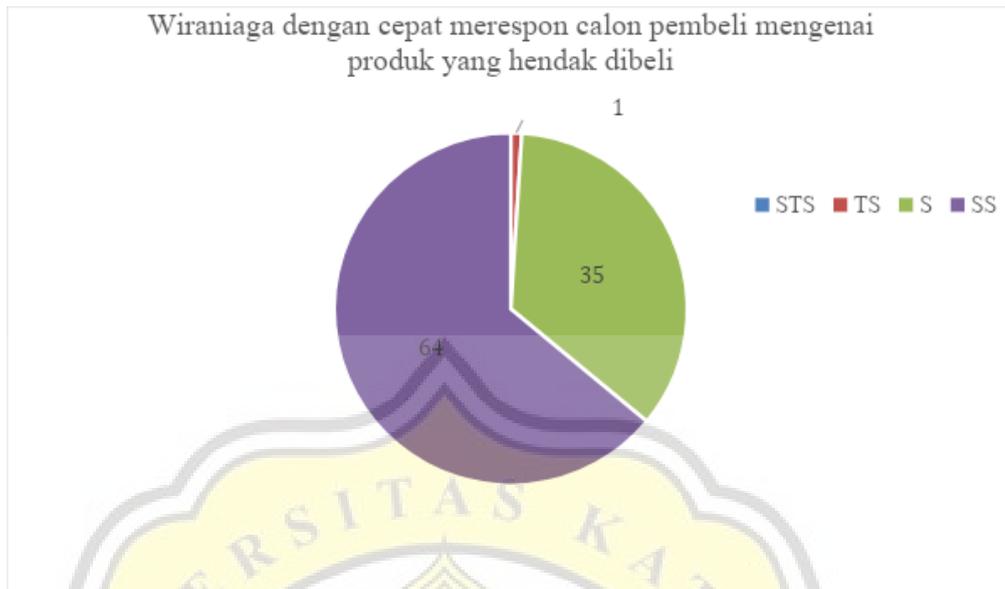


Diagram 4.11 Pernyataan Kuesioner 11

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga dengan cepat merespon calon pembeli mengenai produk yang hendak dibeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 64 responden (64%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 35 responden (35%) menjawab setuju serta 1 responden (1%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

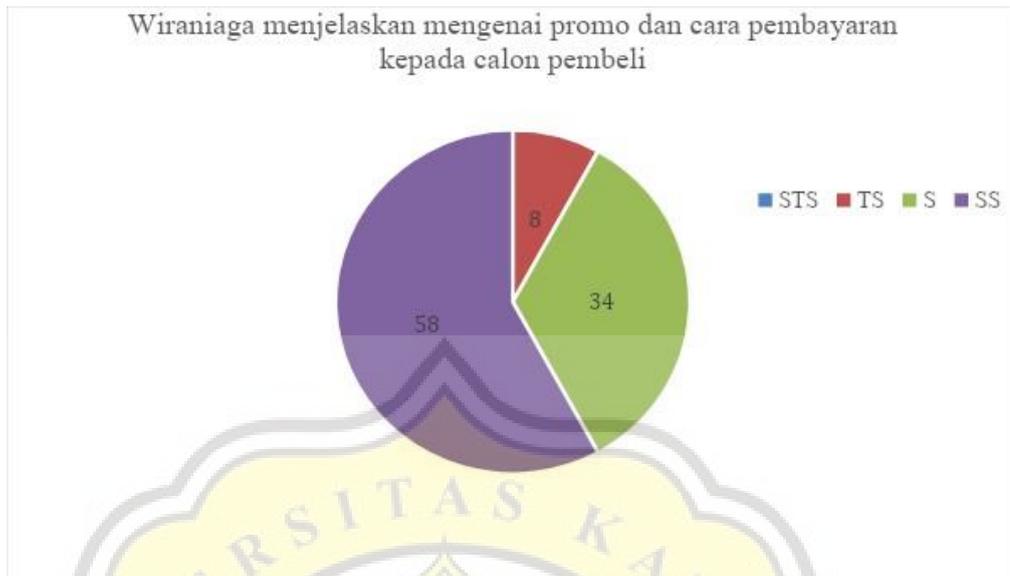


Diagram 4.12 Pernyataan Kuesioner 12

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Wiraniaga menjelaskan mengenai promo dan cara pembayaran kepada calon pembeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 58 responden (58%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 34 responden (34%) menjawab setuju serta 8 responden (8%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

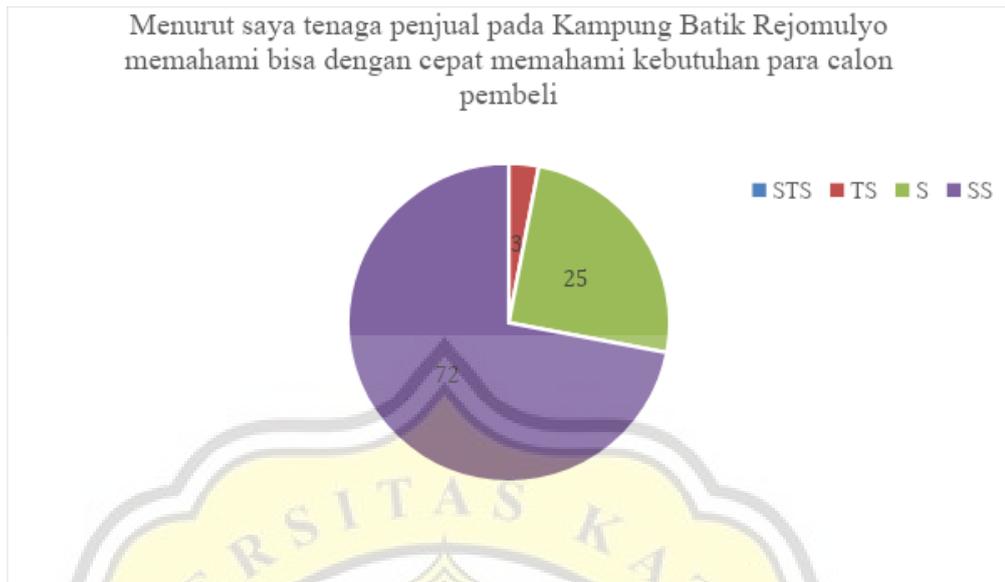


Diagram 4.13 Pernyataan Kuesioner 13

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Menurut saya tenaga penjual pada Kampung Batik Rejomulyo memahami bisa dengan cepat memahami kebutuhan para calon pembeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 72 responden (72%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 25 responden (25%) menjawab setuju serta 3 responden (3%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.



Diagram 4.14 Pernyataan Kuesioner 14

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Menurut saya tenaga penjual pada Kampung Batik Rejomulyo sangat sigap dalam melayani seluruh kebutuhan calon pembeli”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 66 responden (66%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 34 responden (34%) menjawab setuju dengan pernyataan tersebut.

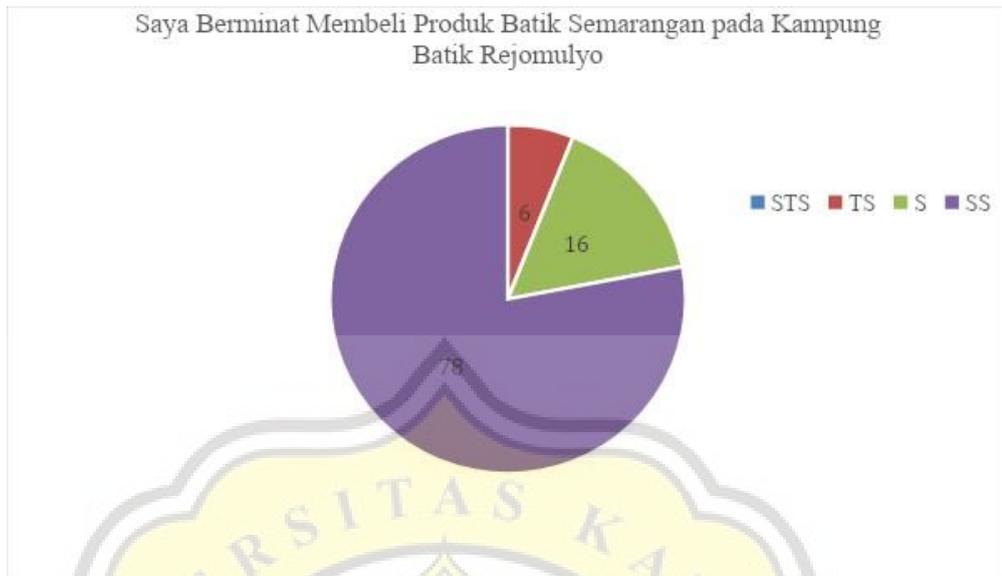


Diagram 4.15 Pernyataan Kuesioner 15

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Saya Berminat Membeli Produk Batik Semarangan pada Kampung Batik Rejomulyo”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 78 responden (78%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 16 responden (16%) menjawab setuju serta 6 responden (6%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

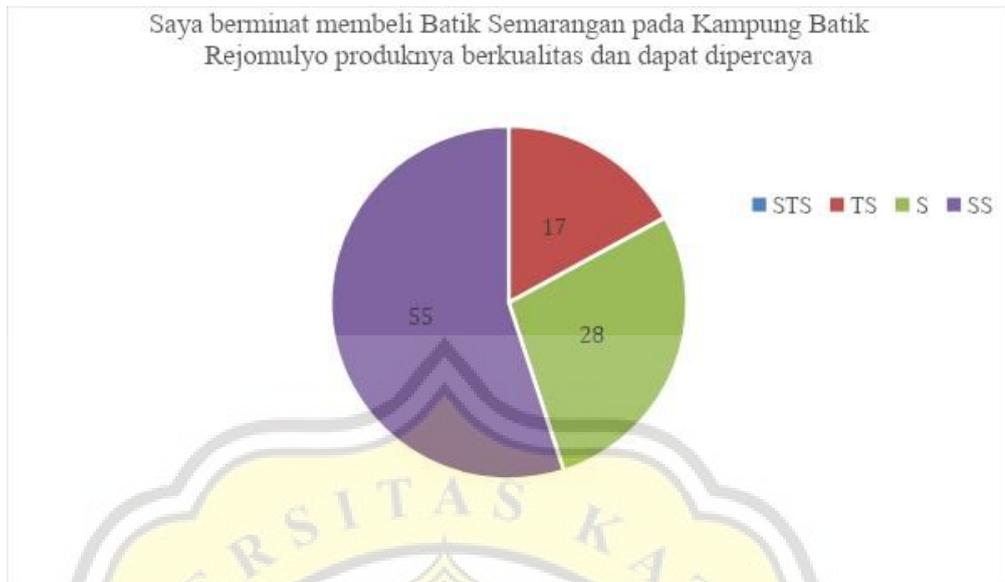


Diagram 4.16 Pernyataan Kuesioner 16

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Saya berminat membeli Batik Semarangan pada Kampung Batik Rejomulyo produknya berkualitas dan dapat dipercaya”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 55 responden (55%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 28 responden (28%) menjawab setuju serta 17 responden (17%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

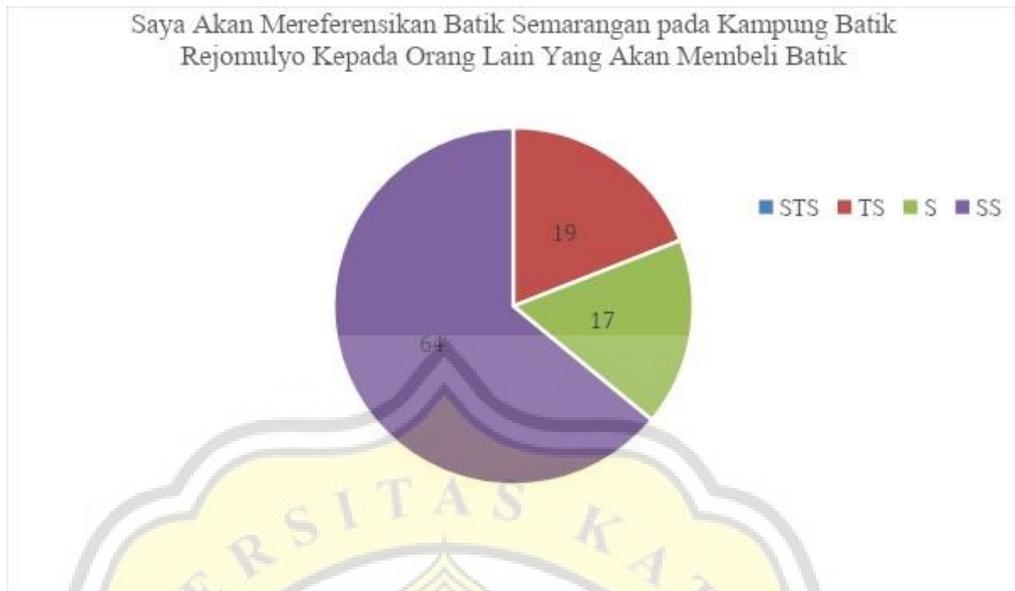


Diagram 4.17 Pernyataan Kuesioner 17

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Saya Akan Mereferensikan Batik Semarangan pada Kampung Batik Rejomulyo Kepada Orang Lain Yang Akan Membeli Batik”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 64 responden (64%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 17 responden (17%) menjawab setuju serta 19 responden (19%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

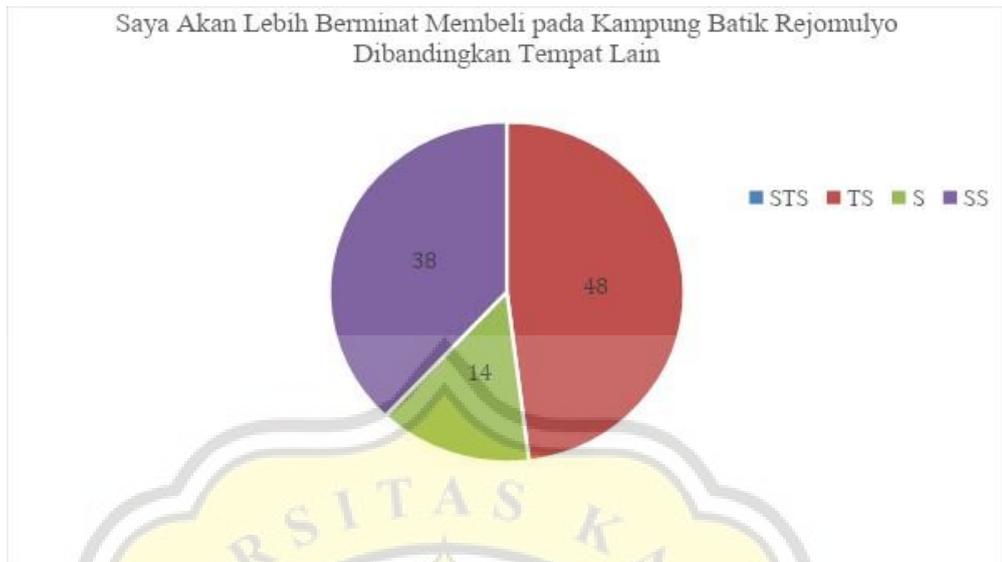


Diagram 4.18 Pernyataan Kuesioner 18

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Saya Akan Lebih Berminat Membeli pada Kampung Batik Rejomulyo Dibandingkan Tempat Lain”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 38 responden (38%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 14 responden (14%) menjawab setuju serta 48 responden (48%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

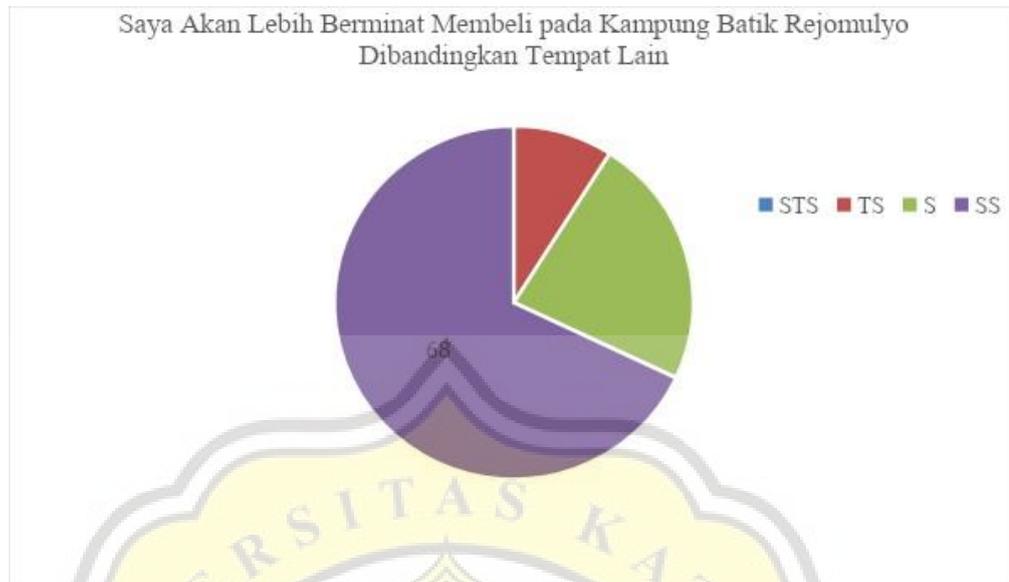


Diagram 4.19 Pernyataan Kuesioner 19

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel di atas menunjukkan jawaban responden atas pernyataan “Saya Ingin Mencoba Membeli Produk Lainnya pada Kampung Batik Rejomulyo”. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan kepada 100 responden, 68 responden (68%) menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 23 responden (23%) menjawab setuju serta 9 responden (9%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

4.4 Uji Normalitas

Beberapa masalah yang muncul pada saat analisis regresi digunakan untuk mengestimasi suatu model dengan sejumlah data : masalah tersebut termasuk dalam pengujian asumsi klasik yaitu ada tidaknya normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas (Ghozali, 2011: 105).

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99493668
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.056
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sesuai tabel 4.15 perolehan uji *Kolmogorov-Smirnov* tingkat signifikannya 0,200. Artinya data sudah terdistribusi normal, alasanya nilai sig > 0,05.

4.5 Uji T

Tabel 4.4 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	21.036	2.874		7.319	.000

PS	-.080	.058	-.139	-1.393	.167
----	-------	------	-------	--------	------

a. Dependent Variable: MB

Variabel *personal selling* tidak berpengaruh terhadap minat beli. Berdasarkan data pada tabel di atas dapat kita lihat nilai t-hitung variabel *personal selling* adalah -1.393 dengan nilai signifikansi sebesar $0,167 > 0,05$. Nilai koefisien adalah negatif sehingga dapat diartikan bahwa variabel *personal selling* tidak berpengaruh terhadap minat beli dapat diartikan apabila *personal selling* menurun maka minat beli juga akan semakin menurun.

4.6 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.139 ^a	.019	.009	1.80009

a. Predictors: (Constant), PS

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa besarnya nilai R adalah 0,139. Dari data tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,19. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh antara variabel *personal selling* (X) terhadap variabel minat beli (Y) adalah sebesar 1,9% sementara 98,1% sisanya dijelaskan pada variabel lain selain *personal selling*.

4.7 Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	21.036		7.319	.000
	PS	-.080	-.139	-1.393	.167

a. Dependent Variable: MB

Persamaan regresi linear sederhana diatas dapat dijabarkan sebagai berikut: 1. Konstanta (a) sebesar 21,036. Hal ini diartikan bahwa tanpa adanya variabel X, maka nilai konsisten dari minat beli sebesar 21,036.

2. Nilai koefisien regresi linear sederhana dari variabel X sebesar -0,080. Hal ini menyatakan bahwa setiap peningkatan nilai 1 poin, maka nilai variabel Y personal juga akan mengalami nilai penurunan sebesar -0,080 atau 0,8%. Koefisien regresi linear sederhana tersebut bernilai negatif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah negatif.

4.8 Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel *Personal Selling* (X) terhadap variabel minat beli konsumen pada Kampung Batik Rejomulyo Kota Semarang (Y). Dari perhitungan yang telah dilakukan menggunakan rumus Slovin, ditemukan

sampel sebanyak 100 orang untuk dijadikan responden dalam penelitian ini. Kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini adalah para pengunjung Kampung Batik Rejomulyo Kota Semarang. Hal tersebut berkaitan dengan variabel yang ada pada penelitian ini. Setelah hasil penelitian terkumpul, peneliti melakukan analisis data. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan alat ukur SPSS. Selain itu, data yang terkumpul dihitung dengan menggunakan model regresi linear sederhana. Menurut hasil penelitian di atas, menunjukkan bahwa variabel X *Personal Selling* tidak memberikan pengaruh terhadap variabel Y minat beli pada Kampung Batik Rejomulyo Kota Semarang dan pengaruh yang diberikan sebesar nilai sig $0.167 > 0.05$.

Setelah melalui uji validitas dan uji reliabilitas, peneliti melakukan uji normalitas. Uji normalitas berguna untuk melihat apakah seluruh data berdistribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas yang telah dilakukan dengan menggunakan rumus Kolmogorov Smirnov, dikatakan bahwa sebaran data yang ada dapat diterima normalitasnya dengan menunjukkan angka sebesar 0,200. Berikutnya dilakukan uji korelasi yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel X *Personal Selling* dengan variabel Y Minat Beli. Menurut hasil yang ditunjukkan terdapat korelasi sebesar -0,139. Hal ini berarti tidak terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut. Selanjutnya pada uji regresi linier sederhana, persamaan yang diperoleh yaitu $Y = 21,036 - 0,081X$. Maka koefisien regresi linier bernilai negatif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X

Personal Selling terhadap variabel Y minat beli adalah negatif. Hal ini memberikan arti bahwa jika *Personal Selling* yang dilakukan oleh para pengusaha di Kampung Batik menurun, maka minat beli masyarakat juga mengalami penurunan.

Berdasarkan keputusan koefisien uji T, apabila $\text{sig} > 0.05$ maka tidak terdapat pengaruh dan H_0 diterima. Oleh karena itu, *personal selling* tidak berpengaruh terhadap minat beli. Dari latar belakang yang telah dijabarkan, *personal selling* memiliki dampak yang besar dan luas. Dimensi-dimensi yang terkandung di dalam *personal selling* dikemas dengan sedemikian rupa sehingga menimbulkan kesadaran dan kesan menarik pada konsumen. Namun hal ini belum sepenuhnya dapat membuktikan bahwa *personal selling* mempunyai pengaruh terhadap minat beli.