

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Instrumen

Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for Windows Versi 21.0*. Data mengenai pengaruh modal usaha, teknologi informasi, jenis dagangan, dan lokasi masing-masing berjumlah 5 pertanyaan dan secara keseluruhan berisi 20 pertanyaan. Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini hanya dilakukan terhadap 76 responden.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian uji coba yang dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner dalam setiap item pernyataan tersebut adalah valid atau apabila item pernyataan tersebut memiliki korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka item pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner menghadirkan data yang sesuai dengan penelitian tersebut. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode analisis Keiser-Mayer-Olkin (KMO). Dalam analisis metode KMO suatu variabel dikatakan valid apabila nilai KMO dan Measure of Sampling Adequacy (MSA) pada table KMO and Barlet's Test besarnya harus sama dengan atau lebih besar dari 0,5. Sedangkan tingkatprobabilitas (sig) besarnya harus sama dengan atau lebih kecil dari 5% (0,05).

Selanjutnya untuk melihat validnya setiap variabel dapat dilihat dari nilai MSA pada table Anti Image Correlation's, apabila nilai MSA lebih besar dari 0,5 maka variabel dapat dikatakan valid dan dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 5. 1
Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R.Hitung	R. Tabel	Keterangan
Modal Usaha	1	0.823	0,286	Valid
	2	0.844	0.286	Valid
	3	0.853	0,286	Valid
	4	0.842	0.286	Valid
	5	0.884	0,286	Valid
Teknologi Informasi	1	0.870	0.286	Valid
	2	0.890	0,286	Valid
	3	0.886	0.286	Valid
	4	0.876	0,286	Valid
	5	0.867	0.286	Valid
Jenis Produk	1	0.795	0,286	Valid
	2	0.857	0.286	Valid
	3	0.749	0,286	Valid
	4	0.828	0.286	Valid
	5	0.863	0,286	Valid
Lokasi	1	0.814	0.286	Valid
	2	0.880	0,286	Valid
	3	0.790	0.286	Valid
	4	0.852	0,286	Valid
	5	0.713	0.286	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.1 maka dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan valid, karena nilai r_{hitung} (*Corrected Item-Total Correlation*) $> r_{tabel}$ yaitu sebesar 0,286.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mencirikan tingkat konsistensi dari kuesioner yang dibuat, apakah instrument yang dipakai dalam kuesioner dapat digunakan

lebih dari satu kali dan menghasilkan hasil data yang konsisten atau tidak berubah (Basuki dan Yuliadi, 2015). Dalam pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu pengukuran sekali atau one shot dan pengukuran ulang atau repeat measure. Pada pengukuran reliabilitas, variabel dapat dikatakan reliable apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,70$. Besaran nilai koefisien reliabilitas diatas 0,7 dikatakan cukup baik, dan nilai diatas 0,8 dikatakan baik. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dari variabel independen yaitu modal usaha, teknologi informasi, jenis produk, lokasi dan juga hasil uji reliabilitas dari variabel dependen yaitu variabel tingkat pendapatan pedagang dapat dilihat pada tabel 5.2 yaitu sebagai berikut:

Tabel 5. 2
Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Modal Usaha (X1)	0.902	Reliabel
2	Teknologi Informasi (X2)	0.924	Reliabel
3	Jenis Dagangan (X3)	0.875	Reliabel
4	Lokasi (X4)	0.869	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.2 uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan yang sudah dinyatakan valid. Jadi, hasil koefisien reliabilitas instrumen modal usaha (X1) yaitu sebesar 0,902, variabel instrumen teknologi informasi (X2) yaitu sebesar 0,924, variabel instrumen jenis produk (X3) yaitu sebesar 0,875, dan variabel instrumen (X4) yaitu sebesar 0,869. Dari semua variabel yang sudah di uji reliabilitas ternyata memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$, yang berarti dari kelima instrument dinyatakan reliabel atau sudah memenuhi persyaratan.

B. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang dilakukan untuk menunjukkan bahwa persamaan regresi yang telah didapatkan sudah memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Tahapan dalam asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji hesteroskedastisitas, dan uji multikolinieraritas. Hasil dari setiap uji tersebut adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut. Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. 3
Hasil Pengujian Normalitas Data

Kolmogorov-Smirnov Z	0,528
Asymp.sig	0,943

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,943 > 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada nilai tolerance atau Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas regresi model penelitian disajikan pada Tabel berikut ini:

Tabel 5. 4
Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
Modal Usaha	0.719	1.391	Non Multikolinieritas
Teknologi Informasi	0.654	1.528	Non Multikolinieritas
Jenis Produk	0.515	1.942	Non Multikolinieritas
Lokasi	0.517	1.935	Non Multikolinieritas

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.4. menunjukkan bahwa variabel modal usaha, teknologi informasi, jenis produk, lokasi terhadap tingkat pendapatan pedagang memiliki nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $> 0,1$ maka tidak mengandung multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Gleijser. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No.	Variabel	Nilai Signifikan
1.	Modal Usaha	0.339
2.	Teknologi Informasi	0.607
3.	Jenis Produk	0.405
4.	Lokasi	0.274

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.5. hasil tabel analisis uji glester data dinyatakan tidak heteroskedastisitas apabila nilai signifikan $> 0,05$. Diketahui variabel modal, teknologi informasi, jenis produk dan lokasi memiliki nilai signifikan masing-masing variabel $> 0,05$ maka dapat dinyatakan data diatas tidak mengandung heteroskedastisitas.

C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Uji Persamaan Regresi

Untuk menguji pengaruh dari modal usaha, teknologi informasi, jenis dagangan, dan lokasi terhadap tingkat pendapatan pedagang menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun dalam melakukan analisis regresi linier berganda akan dilakukan pengujian secara simultan (uji F) maupun secara parsial (uji t). Ketentuan uji signifikansi uji F dan uji t adalah sebagai berikut:

Menerima H_a : jika probabilitas $(p) \leq 0,05$ artinya modal usaha, teknologi informasi, jenis dagangan, dan lokasi secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang. Ringkasan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	B	T hitung	Sig t	Keterangan
(Constant)	- 2076436.061			
Modal Usaha	53530.227	2.404	0.019	Signifikan
Teknologi Informasi	59314.420	2.575	0.012	Signifikan
Jenis Dagangan	58053.155	2.187	0.032	Signifikan
Lokasi	46304.615	1.679	0.098	Tidak Signifikan
Uji F hitung	20.233			
Sig F	0.000			
Adjusted R Square	0.506			

Sumber: Data Primer Diolah, 2019.

Sesuai tabel 5.6 diatas perhitungan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu yakni program SPSS versi 21.0 *for windows* dan dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 53530.227X_1 + 59314.420X_2 + 58053.155X_3 + 46304.615X_4 + e$$

a. $b_1 = 53530.227$

Artinya jika variabel Modal Usaha meningkat sebesar satu satuan maka Tingkat Pendapatan Pedagang akan meningkat sebesar Rp 53.530 dengan syarat variabel lainnya bernilai konstan.

b. $b_2 = 59314.420$

Artinya jika variabel Teknologi Informasi meningkat sebesar satu satuan maka Tingkat Pendapatan Pedagang akan meningkat sebesar Rp 59.314 dengan syarat variabel lainnya bernilai konstan.

c. $b_3 = 58053.155$

Artinya jika variabel Jenis Dagangan meningkat sebesar satu satuan maka Tingkat Pendapatan Pedagang akan meningkat sebesar Rp 58.053 dengan syarat variabel lainnya bernilai konstan

d. $b_4 = 46304.615$

Artinya jika variabel Lokasi semakin strategis maka Tingkat Pendapatan Pedagang akan meningkat sebesar Rp 46.304 dengan anggapan variabel lainnya bernilai konstan.

2. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji parsial t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel independen yaitu Modal Usaha, Teknologi Informasi, Jenis Dagangan dan Lokasi dengan variabel dependen yaitu Tingkat Pendapatan Pedagang.

Dimana jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$ H_1 diterima (signifikan) dan jika $t_{hitung} < t_{Tabel}$ H_0 ditolak (tidak signifikan).

- a. Berdasarkan tabel 5.6 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,019 ($0,019 \leq 0,05$), nilai t hitung sebesar 2.404 > nilai t Tabel (1,991) serta memiliki nilai unstandardized coefficients sebesar 0.230. Nilai tersebut dapat membuktikan H_{a1} diterima, yang berarti bahwa “Modal berpengaruh positif terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang.”
- b. Berdasarkan tabel 5.6 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar

0,012 ($0,012 \leq 0,05$), nilai t hitung sebesar $2.575 >$ nilai t Tabel (1,991) serta memiliki nilai *unstandardized coefficients* sebesar 0.258. Nilai tersebut dapat membuktikan H_{a2} diterima, yang berarti bahwa “Teknologi Informasi berpengaruh positif terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang”.

- c. Berdasarkan tabel 5.6 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,032 ($0,032 \leq 0,05$), nilai t hitung sebesar $2.187 >$ nilai t Tabel (1,991) serta memiliki nilai *unstandardized coefficients* sebesar 0.247. Nilai tersebut dapat membuktikan H_{a3} diterima, yang berarti bahwa “Jenis Dagangan berpengaruh positif terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang”.
- d. Berdasarkan tabel 5.6 di atas dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa terdapat nilai probabilitas sebesar 0,098 ($0,098 > 0,05$), nilai t hitung sebesar $1.679 <$ nilai t Tabel (1,991) serta memiliki nilai *unstandardized coefficients* sebesar 0.189. Nilai tersebut dapat membuktikan H_{a4} ditolak, yang berarti bahwa “Lokasi tidak berpengaruh positif terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang”.

3. Pengujian Simultan (F)

Hasil dari pengujian F pada tabel 5.6 diperoleh F hitung sebesar 20.233 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena $\text{sig } F_{\text{hitung}} < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), dapat disimpulkan bahwa Modal, Teknologi Informasi, Jenis Dagangan, dan Lokasi sebagai variabel independen secara bersama-sama

berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yakni Tingkat Pendapatan Pedagang.

4. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Berdasarkan tabel 5.6 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) = 0,506 artinya variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat sebesar 50,6%, sisanya sebesar 49,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

D. Pembahasan (Interpretasi)

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa variabel independen (modal usaha, teknologi informasi, jenis dagangan dan lokasi) terhadap variabel dependen (tingkat pendapatan pedagang) pada pasar destinasi digital DIY. Hasil pengujian hipotesis analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa modal usaha, teknologi informasi, jenis dagangan, dan lokasi berpengaruh signifikan secara simultan dan nilai t terhadap variabel modal usaha, teknologi informasi, jenis dagangan berpengaruh secara positif dan variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang pada pasar destinasi digital DIY.

1. Pengaruh Modal Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 53530.227. Artinya semakin meningkat modal yang digunakan pedagang untuk berjualan maka akan meningkatkan

pendapatannya sebesar Rp 53.530. Hal ini juga diketahui bahwa variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang yang ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar $0,019 < 0,05$.

Modal merupakan sesuatu yang sangat penting. Keberadaan modal dalam suatu usaha menjadi kunci pokok kelangsungan hidup dari usaha tersebut. Hal ini disebabkan karena besar kecilnya modal akan berdampak pada jumlah barang atau jasa yang diperdagangkan. Semakin besar modal yang digunakan maka akan semakin banyak jumlah barang atau produk yang dijual. Sebaliknya, semakin sedikit modal yang digunakan maka jumlah barang atau produk yang diperdagangkan juga sedikit. Dengan semakin banyaknya barang atau produk yang diperdagangkan akan meningkatkan pendapatan pedagang. Sebaliknya apabila modal yang digunakan sedikit, maka jumlah barang yang diperdagangkan juga sedikit yang pada akhirnya jumlah pendapatan yang diterima pedagang juga sedikit. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Artaman (2015), Husaini (2017), dan Suriadi (2018) yang menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang.

2. Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, variabel teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa teknologi

informasi berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 59314.420. Artinya semakin tinggi dan konsistensi upaya penggunaan teknologi informasi dalam kegiatan promosi yang digunakan maka akan meningkatkan pendapatan pedagang sebesar Rp 59.314. Hal ini juga diketahui bahwa variabel teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang yang ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar $0,012 < 0,05$. Selanjutnya penelitian ini selaras dengan penelitian dari Utomo (2001), Jasra dkk. (2011), dan Roosdhani (2012) yang menyatakan bahwa faktor teknologi informasi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM.

Teknologi informasi berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang dikarenakan usaha dan upaya promosi melalui dunia digital sangat membutuhkan teknologi informasi untuk dapat memperkenalkan dan memasarkan pasar destinasi digital serta produk-produk tradisional yang di produksi oleh pedagang pasar destinasi digital tersebut. Adapun teknologi informasi yang digunakan adalah media sosial facebook, twitter, Instagram bahkan website yang dinaungi oleh komunitas GenPI Jogja. teknologi informasi mendukung sistem produksi para pedagang. Adanya teknologi informasi juga memberikan dampak yang positif dalam hal efisiensi waktu dan biaya produksi sehingga produsen mampu memenuhi permintaan pasar. Informasi yang didapat mampu melihat peluang pasar yang ada. Dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara kepada pedagang pasar destinasi digital, dengan adanya teknologi informasi

mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil produknya, menghemat waktu, serta mempermudah memasarkan produk pedagang agar dikenali oleh para konsumen.

3. Pengaruh Jenis Dagangan Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang

Sesuai dengan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa faktor jenis dagangan pedagang mempengaruhi tingkat pendapatan pendapatan yang diperoleh dari para pedagang pasar destinasi digital. Ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 58053.155. Artinya semakin bervariasi jenis dagangan yang dijual para pedagang pasar destinasi digital maka akan meningkatkan pendapatan pedagang sebesar Rp 58.053. Hal ini juga diketahui bahwa variabel teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang yang ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar $0,032 < 0,05$.

Faktor jenis dagangan adalah faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang karena jenis dagangan akan mempengaruhi besarnya pendapatan dari para pedagang. Produk merupakan semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya. Banyaknya jenis barang atau keragaman barang yang digelarkan oleh pedagang dapat menarik minat calon konsumen untuk membeli, mempergunakan atau mengkonsumsi, karena dihadapkan banyak pilihan. Tujuan menawarkan produk ke pasar adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. selain itu, jenis dagangan yang dijual pedagang merupakan produk yang cukup rumit ditemukan diperkotaan, maka akan lebih cepat

menghasilkan pendapatan karena konsumen tertarik untuk mencicipinya. Setiap pedagang masing-masing memiliki variasi barang dagangan dan kelengkapan barang dagang yang hampir sama. Hal ini menyebabkan pedagang langsung terjadi persaingan dengan para pedagang lainnya dengan barang dagang yang relatif sama, sehingga semakin banyaknya variasi jenis dagangan yang ditawarkan pedagang maka semakin menguntungkan bagi pedagang terlebih mereka menawarkan harga yang relatif murah dan pangemasan yang menarika. Oleh karena itu variasi jenis dagangan harus diimbangi dengan kualitas barang dagang sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak dan pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan para pedagang.

Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan yang berkaitan dengan modal usaha mampu mendorong meningkatnya pendapatan pedagang pasar destinasi digital. Semakin tinggi modal yang digunakan oleh pedagang pasar destinasi digital, menyebabkan semakin terbuka lebar peluang hadir dalam meningkatkan jumlah barang produksi dan berbagai macam variasi jenis dagangan, sehingga para konsumen dapat memilih berbagai macam jenis dagangan dari banyak pilihan dalam membeli berbagai kebutuhan yang dibutuhkan dan dapat meminimalisir kemungkinan konsumen untuk dapat beralih ke stan pedagang lainnya.

Hal ini selaras dengan penelitian Atun (2016), Pratama (2018) yang mengatakan jenis dagangan berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pedagang.

4. Pengaruh Lokasi Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang

Hasil dari pengujian hipotesis variabel lokasi usaha terhadap tingkat pendapatan pedagang menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang. Hal ini ditunjukkan pada nilai signifikan sebesar $0.098 > 0,05$, yang artinya menunjukkan nilai probabilitas lokasi lebih besar dari 0,05. Hal tersebut kemungkinan dikarenakan lokasi pasar destinasi digital yang terletak jauh dari pusat keramaian kota tak menyurutkan minat para pengunjung atau pembeli untuk berkunjung ke pasar-pasar destinasi digital di DIY, pasar-pasar destinasi digital tersebut terletak disekitaran lokasi pariwisata yang telah jamaah dikunjungi para wisatawan saat berpariwisata di Jogja, seperti taman buah mangunan, air terjun sri gethuk, pantai-pantai digunung kidul dll. Disisi lain tata letak kios pedagang yang mampu meratakan pendapatan para pedagang pasar destinasi digital. Setiap konsumen yang hadir tak hanya melihat serta menilai suatu barang hanya karena letak kios yang berada berdekatan dengan pintu utama pasar, letak kios dari para pedagang yang berdekatan dengan lokasi parkir, serta tak hanya dapat dengan mudah dijangkau oleh para konsumen. Akan tetapi, setiap konsumen seringkali berkeliling sambil mengamati dan menikmati suasana disekitaran pasar. Ditambah lagi tata letak mini panggung yang seringkali dipergunakan sebagai pentas panggung yang terbuka bagi siapa saja yang ingin mengekspresikan diri disana berada di ujung dari pintu utama pasar destinasi digital. Sehingga, setiap kios masing-masing

pedagang akan menjadi sorotan para pengunjung/dan atau para pembeli yang berkunjung kesana. Disamping itu, desain kios dan ragamnya jenis dagangan yang diperjualbelikan masing-masing pedagang mengetuk rasa penasaran para konsumen untuk membelanjakan uangnya atau hanya sekedar berkeliling semata. Sehingga penyesuaian tersebut mempengaruhi kecenderungan konsumen dalam menjajah setiap kios pasar.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Pratama (2018) yang menyatakan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang dan menolak hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Artaman (2015), Husaini (2017), Atun (2016), Suriadi (2018) yang menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan. Lokasi dalam penelitian ini beserta variabel bebas lainnya pada model berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan pendapatan. Namun secara parsial tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan karena lokasi dalam jangka panjang lebih menekankan pada meminimalisir kerugian yang mungkin terjadi dan mengoptimalkan keuntungan yang mungkin terjadi.

Pengaruh negatif variabel lokasi terhadap pendapatan pedagang dalam penelitian ini bertolak belakang dengan teori lokasi pendekatan pasar Losch, dari August Losch dimana lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Sehingga lokasi berjualan berkaitan erat dengan ketertarikan para pembeli untuk membeli dagangannya dan akan berpengaruh terhadap pendapatan dari pedagang

tersebut. Dari hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel lokasi terdapat nilai probabilitas sebesar 0,098 ($0,098 > 0,05$), artinya variabel lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pedagang.