

**PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN UMKM TERAS
MALIOBORO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

ANIS OCTAVIANA

2120 31363

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
DESEMBER 2023**

TUGAS AKHIR

**PENGARUH FASILITAS, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN UMKM
TERAS MALIOBORO**

Dipersiapkan dan disusun oleh:


ANIS OCTAVIANA

Nomor Induk Mahasiswa: 212031363

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Rabu tanggal 27 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.)



Pembimbing



Wisnu Prajogo, Dr., MBA.

Penguji


Noormalita Primandaru, SE., M.Sc.

Yogyakarta, 27 Desember 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., MBA.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner dan memperoleh data sebanyak 202 responden dengan data yang memenuhi kriteria untuk diolah sebanyak 192 responden. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua kalangan remaja hingga dewasa yang berada di dalam maupun di luar Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang pernah berkunjung ke Teras Malioboro sekurang-kurangnya sejumlah satu kali. Alat yang digunakan untuk melakukan uji hipotesis menggunakan IMB SPSS Statistics. Hasil yang diperoleh menyatakan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro.

Kata kunci: Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Menjadi pilar penting pembangunan ekonomi Indonesia yang terbukti resilien termasuk di kala pandemic Covid-19, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) telah memberikan kontribusi terhadap PDB Indonesia hingga mencapai sebesar 61% atau setara dengan Rp9.580 triliun serta menciptakan lapangan kerja mencapai 97% dari total tenaga kerja nasional (Limanseto, 2023).

Dengan mempertimbangkan kenyamanan bersama. Pemerintah tergerak untuk melakukan penataan ulang kawasan Malioboro. Rencana penataan ini banyak menimbulkan pro-kontra di kalangan pedagang. Pedagang yang tidak setuju beranggapan bahwa mereka telah nyaman, dan merasa jika harus memulai dari nol lagi. Banyak juga pedagang yang setuju karena menganggap keputusan tersebut terbaik dari pemerintah.

Pemerintah Kota Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) akhirnya memutuskan untuk melakukan relokasi PKL/UMKM sepanjang trotoar Malioboro ke Teras Malioboro. Teras Malioboro 1 berlokasi di Gedung bekas Bioskop Indra dan terdiri dari 3 lantai, yang letaknya berada di seberang Pasar Brinjarjo. Teras Malioboro 2 berlokasi di bekas Kantor Dinas Pariwisata Yogyakarta. Dengan adanya relokasi tersebut pedagang dan wisatawan membutuhkan beberapa adaptasi.

Fasilitas adalah salah satu faktor pendukung dalam kegiatan perekonomian. Menurut Wijaya *et al* (2021) Fasilitas merupakan pendukung yang baik dalam berjalannya suatu usaha yang dapat mendorong konsumen untuk menyampaikan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

informasi bahkan merekomendasikan mengenai suatu usaha kepada teman ataupun keluarga.

Menurut Triyoko (2022) kualitas pelayanan adalah seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan bisnis di lingkungan yang kompetitif dan dinamis UMKM perlu memperhatikan kualitas pelayanan untuk menjaga dan memperluas pangsa pasar untuk dapat bertahan dan bersaing dengan toko besar/perusahaan.

Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas produk yang di jual oleh UMKM. Menurut Anderson & Hidayah (2023) kualitas produk adalah tingkat baik atau buruk suatu produk yang dinilai oleh pelanggan berdasarkan fungsi produk dan pengalaman pelanggan.

Minat beli konsumen merupakan langkah awal dalam membuat strategi pemasaran yang efektif dan membangun hubungan dengan konsumen. Menurut Zaezatun & Rimiya (2022) minat beli adalah saat dimana konsumen tersebut sudah memilih beberapa merek yang tergabung dalam satu perangkat pilihan, kemudian konsumen tersebut melakukan suatu pembelian.

Berdasarkan latar belakang dan gambaran penelitian sebelumnya yang sudah disebutkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai faktor apa saja yang dapat memengaruhi minat beli konsumen terhadap UMKM/ PKL Malioboro yang belum lama ini di relokasi oleh pemerintah ke pusat perbelanjaan baru yaitu Teras Malioboro 1 & 2. Hal ini mendorong peneliti untuk

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

mengambil judul penelitian mengenai **“Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Teras Malioboro.”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, peneliti melakukan analisis mengenai “pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro”. Maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang di tulis peneliti, sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro?

Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat ditarik tujuan dari penelitian ini, sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh positif fasilitas terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro.
2. Untuk menguji pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro.
3. Untuk menguji pengaruh positif kualitas produk terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro.

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LANDASAN TEORI

Fasilitas merupakan sarana yang disediakan oleh pemilik usaha untuk memudahkan konsumen dalam mencapai tujuannya. Menurut Tjiptono (2014) dalam Yusnidar & Isnaini (2020) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2004) dalam Suwito (2022) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi-fungsinya, hal tersebut meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan untuk menggunakan dan memperbaiki, serta atribut lain yang yang berharga pada produk secara keseluruhan. kualitas produk menjadi patokan utama bagi konsumen dalam memutuskan pembelian. Dari pendapat ahli di atas dapat disimpulkan jika keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi pada kualitas produk tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Sulasno *et al* (2020) minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon dari objek tertentu yang menunjukkan keinginan individu untuk melakukan pembelian. Minat beli merupakan ketertarikan atau keinginan pelanggan untuk membeli suatu produk atau layanan. Indikator minat beli berfungsi untuk mengukur dan mengidentifikasi faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Beli

Menurut Alvionita (2020) fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja diberikan oleh pemilik usaha yang memiliki tujuan untuk memberikan kenyamanan kepada

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

konsumennya. Telah banyak dilakukan penelitian mengenai pengaruh fasilitas terhadap minat beli konsumen. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Yusnidar & Isnaini (2020) yang memperoleh kesimpulan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan Adesi & Setiadi (2023) yang menghasilkan penelitian bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, penulis merancang hipotesis sebagai berikut.

H₁ : Fasilitas (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Beli (Y)

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat beli

Menurut Al Idrus (2021) kualitas pelayanan adalah suatu penilaian dari konsumen mengenai pelayanan atas produk atau jasa yang mereka dapatkan (*perceived services*) dari pemilik usaha, dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ermawati dkk., (2020) yang menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengambil kesimpulan dan merancang hipotesis sebagai berikut.

H₂ : Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap minat beli (Y)

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat beli

Menurut Moko dkk (2021) kualitas produk adalah karakteristik yang melekat pada suatu produk, yang dapat membedakan satu produk dengan produk lainnya. Kualitas merupakan tingkat keunggulan dan kepuasan yang dimiliki suatu produk. Sejalan dengan penelitian Haqiqi & Adji (2021) yang menghasilkan kesimpulan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti merancang hipotesis sebagai berikut.

H₃ : Kualitas produk (X₃) berpengaruh positif terhadap minat beli (Y)

III. METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian Teras Malioboro. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfungsi untuk mengetahui hubungan antar variabel yaitu pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen UMKM di Teras Malioboro.

Objek dan Subjek Penelitian

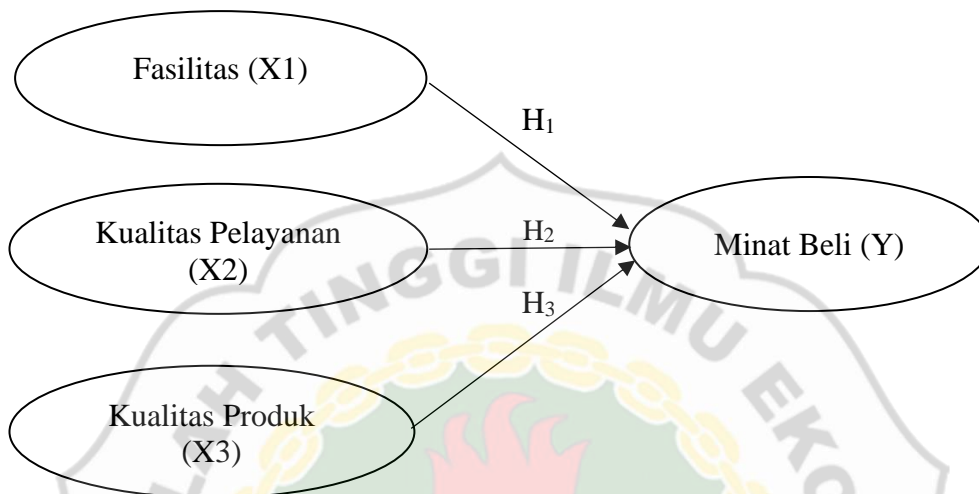
Peneliti menggunakan Teras Malioboro sebagai produk penelitian, dan subjek dalam penelitian ini merupakan semua kalangan remaja hingga dewasa yang pernah berkunjung ke Teras Malioboro.

Populasi, Data, dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang berkunjung atau berwisata di kawasan Malioboro. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Dalam penelitian ini peneliti mengambil populasi dari pengunjung Teras Malioboro, sedangkan pengunjung Teras Malioboro berasal dari berbagai daerah bahkan sampai ke luar negeri. Hal ini yang membuat peneliti akan mengambil sebagian dari populasi pengunjung Teras Malioboro untuk menjadi responden, yang dirasa dapat mewakili satu populasi yaitu semua kalangan remaja hingga dewasa yang pernah berkunjung ke Teras Malioboro.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Model Penelitian



Gambar 3.1. menunjukkan hubungan antar variabel yang berkaitan. Variabel independen ditandai dengan huruf (X), yang merupakan variabel yang memengaruhi variabel yang terdiri dari fasilitas, kualitas pelayanan, kualitas produk. Ketiga variabel ini di duga memengaruhi adanya minat beli yang merupakan variabel dependent (Y) .

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas merupakan standar ukur yang menunjukkan ketepatan atau akurasi dari suatu instrumen penelitian yang digunakan pada saat riset hingga evaluasi. Ketentuan pengambilan keputusan pada uji ini adalah apabila *factor loading* > 0,5 maka instrument penelitian dinyatakan valid. Jika *factor loading* < 0,5 maka instrument penelitian dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menilai sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya atau reliabel. Hasil pengukuran dapat dipercaya jika dalam dalam pengujian kelompok subjek yang sama didapatkan hasil

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

yang relatif sama. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas terhadap seluruh item menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha* yang menyatakan bahwa instrumen dinyatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* $> 0,6$ dan sebaliknya.

Teknik Analisis Data

Menurut Supriyanto & Maharani (2012) dalam Achmad & Ibrahim (2020) analisis data merupakan proses setelah data dari seluruh responden terkumpul. Analisis data adalah proses dilakukannya penelitian, pengkodean, metabelasi data, dan presentasi data untuk membuatnya lebih mudah di baca dan ditafsirkan.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dilakukan mempunyai kemampuan estimasi, konsistensi, serta tidak bias. Asumsi klasik menggunakan 3 pengujian.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan variabel yang terdapat pada model regresi berdistribusi normal atau tidak berdasarkan pada distribusi data pada variabel yang akan digunakan. Distribusi data yang normal akan mengurangi kemungkinan terjadinya bias. Uji normalitas pada penelitian ini memakai kolmogrov Smirnov yang memiliki tingkat signifikansi 0,05 yang diasumsikan bahwa data yang memiliki distribusi normal ketika tingkat signifikansinya $> 5\%$ atau 0,05.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar variabel independent pada suatu model regresi. *Variance Inflation Factor (VIF)*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pada setiap variabel independen dapat digunakan untuk menguji multikolienaritas. Model regresi yang bebas dari multikolienaritas adalah nilai toleransi $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 .

Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastistas dilakukan untuk melihat apakah terjadi varian yang berbeda dari residual suatu pengamatan ke residual pengamatan lainnya. Dikatakan homoskedastistas jika varian dari residual pengamatannya satu dengan yang lain tetap, dan disebut heteroskedastistas jika berbeda. Pada penelitian ini menggunakan uji glejser yang memiliki probabilitas signifikansinya diatas 5% atau 0,05.

Pengujian Hipotesis dan Uji Model

Pengujian hipotesis adalah salah satu metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis yang digunakan dapat diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis dibedakan menjadi beberapa jenis.

Uji F

Uji F bertujuan untuk melakukan pengujian apakah variabel independent (variabel bebas) secara bersama-sama atau simultan memengaruhi variabel dependen (variabel terikat). Dengan ketentuan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka menunjukkan bahwa uji ini layak untuk digunakan dalam suatu penelitian.

Koefisien Determinasi (R²)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menurut Ghozali (2012) dalam (Achmad & Ibrahim, 2020) koefisien determinasi (R^2) adalah suatu nilai yang menunjukkan besar presentase keterkaitan variabel independent terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi kisaran antara angka 0 sampai 1, yaitu semakin mendekati nol besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin kecil juga pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.

Uji t

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2015). Pengambilan keputusan dilakukan dengan cara melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*, yang biasanya didasarkan pada pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Berikut kriteria uji t (Ghozali, 2016)

1. Jika nilai signifikansi uji t $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi uji t $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, responden yang digunakan adalah semua orang yang pernah berkunjung ke Teras Malioboro. Proses penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara membagikan *link Google Form* kepada responden melalui media sosial dan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

scan QR Code secara langsung. Data yang terkumpul sebanyak 202 responden. Sedangkan data yang memenuhi kriteria untuk diolah adalah sebanyak 192 responden.

Data Demografi Responden

Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	55	72,8%
Perempuan	147	27,2%
Total	202	100%

Sumber : data diolah dengan IMB SPSS Statistic

Demografi Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah	Persentase
Kota Yogyakarta	53	26,2%
Sleman	36	17,8%
Bantul	23	11,4%
Kulon Progo	5	2,5%
Gunung Kidul	2	1%
Luar DIY	83	41,1%
Total	202	100%

Sumber : data diolah dengan IMB SPSS Statistic

Demografi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan	Jumlah	Persentase
< 1.000.000	61	30,2%
1.000.000-2.000.000	63	31,2%
2.000.000-3.000.000	31	15,3%
3.000.000-4.000.000	17	8,4%
4.000.000-5.000.000	12	5,9%
>5.000.000	18	8,9%
Total	202	100%

Sumber : data diolah dengan IMB SPSS Statistic

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dalam pengujian ini suatu indikator dapat dikatakan valid apabila memiliki *factor loading* > 0,5.

Variabel	Kode Pernyataan	Factor Loading	Keterangan
Fasilitas (X ₁)	Lokasi Teras Malioboro mudah untuk di jangkau	0,802	Valid
	Penempatan Fasilitas kebersihan di Teras Malioboro yang strategis	0,815	
	Pengelompokan jenis dagangan UMKM Teras Malioboro dapat memudahkan dalam mencari produk	0,792	
	Penataan ruang di Teras Malioboro memudahkan dalam melakukan interaksi sosial	0,770	
	Tingkat keamanan di Teras Malioboro terjamin	0,717	
	Terdapat ikon Jogja yang menarik dan <i>instagramable</i>	0,703	

Sumber : data diolah dengan IMB SPSS Statistics

Variabel	Kode Pernyataan	Factor Loading	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Lingkungan sekitar lapak pedagang Teras Malioboro bersih dan nyaman	0,788	Valid
	Pedagang Teras Malioboro berpenampilan rapi dan bersih	0,829	
	Pedagang Teras Malioboro memberikan informasi produk yang di jual kepada konsumen	0,777	
	Pedagang Teras Malioboro melayani dengan sabar dan memperhatikan konsumen	0,820	
	Pedagang Teras Malioboro selalu menerima keluhan	0,838	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	konsumen dengan cepat dan sabar		
	Pedagang Teras Malioboro merespon permintaan konsumen dengan cepat, tepat, dan efisien	0,820	
	Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi dengan pedagang di Teras Malioboro	0,797	
	Pedagang Teras Malioboro memahami kebutuhan konsumen, atas kesulitan memilih jenis produk	0,805	

Sumber : data diolah dengan IMB SPSS Statistics

Variabel	Kode Pernyataan	Factor Loading	Keterangan
Kualitas Produk (X ₃)	Saya merasa produk UMKM Teras Malioboro bermanfaat	0,661	Valid
	Saya merasa produk UMKM Teras Malioboro tidak mudah rusak	0,807	
	Saya merasa produk UMKM Teras Malioboro terjamin kualitasnya	0,858	
	Saya merasa produk UMKM Teras Malioboro tidak mudah rusak	0,810	
	Saya merasa produk UMKM Teras Malioboro inovatif	0,782	
	Saya merasa produk UMKM Teras Malioboro memberikan reputasi yang baik pada Teras Malioboro	0,764	

Sumber : data diolah dengan IMB SPSS Statistics

Variabel	Kode Pernyataan	Factor Loading	Keterangan
Minat Beli (Y)	Saya akan melakukan pembelian produk UMKM Teras di Malioboro	0,837	Valid
	Saya akan menyarankan untuk membeli produk UMKM di Teras Malioboro	0,889	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	Saya akan membeli produk UMKM Teras Malioboro dibandingkan di tempat lain	0,859	
--	---	-------	--

Sumber : data diolah dengan IMB SPSS Statistics

Uji Reliabilitas

Suatu indikator (pertanyaan/pernyataan) dalam kuesioner dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,6.

Variabel	Cronbach's Alpha	Status
Fasilitas	0.858	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.924	
Kualitas Produk	0.872	
Minat Beli	0.842	

Sumber : data diolah dengan IMB SPSS Statistics

Hasil Uji Statistika Deskriptif

Uji statistika deskriptif digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel yang digunakan dalam suatu penelitian.

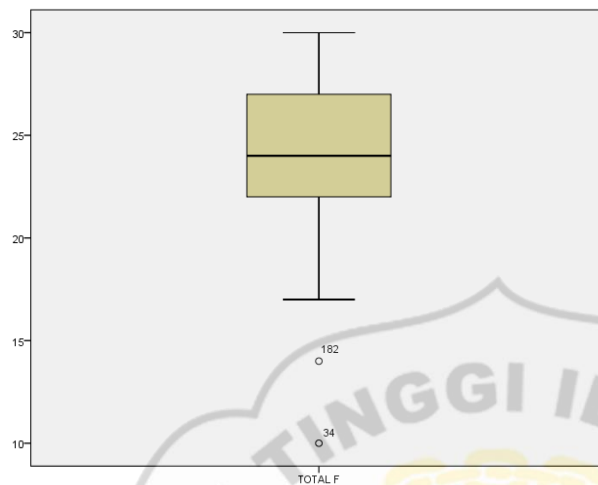
	Mean	SD	F	KPL	KPR	MB
F	4,068258	0,3245371	1	.458**	.428**	.427**
KPL	4,03646	0,632718	.458**	1	.812**	.751**
KPR	4,012153	0,5911628	.428**	.812**	1	.846**
MB	4,00954861111	0,683509936705	.427**	.751**	.846**	1

Sumber : data di olah dengan IMB SPSS Statistics

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Dalam hasil output boxplot data pada gambar 4.1 terindikasi terdapat data outlier. Dari output di atas dapat diketahui jika subjek nomor 182 dan 34 terindikasi sebagai outliers yang mengganggu pengujian statistik, sehingga diperoleh pendistribusian yang tidak normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		190
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.18431647
	Absolute	.118
Most Extreme Differences	Positive	.067
	Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		1.627
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan data tabel 4.11, menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ setelah dilakukan penghapusan outlier. Dalam pengujian kedua ini menghasilkan keputusan bahwa menerima H_0 , artinya residual model regresi estimasi berdistribusi secara normal.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.112	.628		.179	.858		
	TOTAL F	.036	.043	.063	.837	.404	.304	3.284
	TOTAL KPL	.050	.033	.123	1.528	.128	.270	3.701
	TOTAL KPR	.389	.045	.665	8.583	.000	.290	3.453

a. Dependent Variable: TOTAL MB

b.

Berdasarkan tabel yang ada di atas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.704	.447		3.816	.000		
	TOTAL F	.015	.031	.062	.472	.637	.304	3.284
	TOTAL KPL	-.012	.023	-.072	-.519	.605	.270	3.701
	TOTAL KPR	-.035	.032	-.146	-1.095	.275	.290	3.453

a. Dependent Variable: abs_res

Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) antara variabel independen dengan absolut residual > 0,05. Kesimpulannya dalam penelitian ini tidak terjadi masalah ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji F

Hasil Uji F

F-Tabel	Nilai signifikansi
128,888	0.000

Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh *independent variabel* memberikan pengaruh secara simultan/ bersama-sama dan mampu menjelaskan *dependent variabel*.

Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,820 ^a	0,673	0,668	1,195

Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa minat beli konsumen memiliki nilai Adjusted R Square sebesar 0,668 atau 66,8% yang mampu dijelaskan oleh variabel fasilitas, kualitas pelayanan, dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 33,2% minat beli dijelaskan oleh variabel lain selain fasilitas, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.

Uji Hipotesis (Uji T)

Hasil Uji T

Variabel	Beta	Signifikansi	Label
----------	------	--------------	-------

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H1: fasilitas berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro	0,063	0,404	Ditolak
H2: kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro	0,123	0,128	Ditolak
H3: kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro	0,665	0.000	Diterima

Berdasarkan tabel 4.15 pengujian hipotesis menyatakan bahwa pada variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada UMKM Teras Malioboro ($\beta=0,063$; signifikansi $> 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis pertama (H1) ditolak. Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada UMKM Teras Malioboro ($\beta=0,123$; signifikansi $> 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak. Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada UMKM Teras Malioboro ($\beta=0,665$; signifikansi $< 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis ketiga (H3) didukung dan diterima.

Pembahasan

1. Pengaruh fasilitas terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro

Dalam penelitian ini di Teras Malioboro, fasilitas yang ada di teras Malioboro tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen yang datang ke Teras Malioboro. Hal ini menunjukkan fasilitas Teras Malioboro belum

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bekerja secara maksimal dan belum dapat memenuhi kriteria serta ekspektasi pelanggan untuk menumbuhkan minat konsumen untuk datang dan membeli. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mulyani *et al* (2022) bahwa kelengkapan dan ketersediaan fasilitas umum di Teras Malioboro ramah bagi semua kalangan, serta dalam kondisi yang layak guna, namun di beberapa titik fasilitas yang ada dirasa kurang sesuai serta minim jumlahnya sehingga belum sanggup untuk mengakomodasi pengguna.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro.

Dalam penelitian ini di Teras Malioboro, kualitas pelayanan yang diberikan oleh penjual/ UMKM Teras Malioboro tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena pengunjung/konsumen cenderung lebih berfokus pada kualitas produk dan harga yang ditawarkan yang ada di Teras Malioboro dibandingkan memperhatikan pelayanan penjualnya, sehingga pengunjung tidak memasang ekspektasi pelayanan yang terlalu tinggi di Teras Malioboro.

3. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro.

Berdasarkan penelitian ini produk yang di jual oleh UMKM Teras Malioboro tergolong mampu untuk memenuhi ekpetasi, kebutuhan, dan keinginan pelanggan, sehingga konsumen merasa tertarik untuk membeli

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

produk UMKM Teras Malioboro dibandingkan membeli di tempat lain. Produk UMKM Teras Malioboro memiliki kualitas yang bagus namun dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan ditempat lain, karena di Teras Malioboro pengunjung dapat melakukan tawar-menawar dengan pedagang. Menurut Wenerda, Indah (2023) Teras Malioboro diharapkan menjadi solusi dari segala keperluan pengunjung mulai dari oleh-oleh kerajinan, *fashion*, hingga kuliner.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang ada dalam bab 4 yang telah diuraikan, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro. Dapat diartikan bahwa fasilitas yang ada di Teras Malioboro belum bisa menarik minat beli konsumen untuk berbelanja di Teras Malioboro.
2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro. Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh UMKM di Teras Malioboro belum dapat menarik dan memenuhi ekspektasi pengunjung yang berkunjung ke Teras Malioboro untuk melakukan pembelian.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen UMKM Teras Malioboro. Dapat diartikan bahwa kualitas produk UMKM Teras Malioboro memenuhi ekspektasi dan kepuasan konsumen

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

terhadap produk yang di jual di Teras Malioboro sehingga menimbulkan minat beli konsumen.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat 2 keterbatasan diantaranya :

1. Proses pengumpulan data menggunakan kuesioner, hal ini menyebabkan jawaban yang diperoleh dari responden mungkin tidak mencerminkan pendapat yang sebenarnya.
2. Objek yang diteliti hanya berfokus pada fasilitas, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.

Saran

1. Bagi pedagang/ UMKM Teras Malioboro
Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa konsumen/ masyarakat lokal dan luar Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sudah tidak asing dengan adanya pusat perbelanjaan yang terbilang baru di kawasan Malioboro yang sekaligus menjadi ikon terbaru dari destinasi wisatawan yang berkunjung ke Malioboro. Dengan telah terbentuknya citra tersebut di harapkan pedagang/ UMKM Teras Malioboro turut andil untuk memajukan teras Malioboro dengan cara menjaga ekosistem dan fasilitas di Teras Malioboro, serta meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk.
2. Bagi pemerintah pengelola Teras Malioboro
Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan pemerintah/ pengelola mampu melakukan evaluasi atas kekurangan terutama dalam fasilitas Teras

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Malioboro yang harus dikembangkan lebih baik lagi demi kenyamanan pengunjung dan pedagang, serta memberikan wadah dan pembinaan untuk UMKM Teras Malioboro agar lebih berkembang baik secara *soft skill* maupun *hard skill* untuk menarik dan meningkatkan minat beli konsumen.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar melakukan penelitian yang lebih mendalam, seperti melakukan penelitian menggunakan metode wawancara sehingga jawaban yang di dapat akan lebih terjamin.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel :

(N.d.). Retrieved from <https://ekon.go.id/publikasi/detail/5399/menko-airlangga-apresiasi-dukungan-seluruh-pihak-dalam-pengembangan-bisnis-dan-pemberdayaan-umkm-untuk-naik-kelas>

List master data | Aplikasi Dataku - jogjaprov.go.id , Jogja Dataku - Master Data. Available at: https://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/index/107-umkm

Data Pengunjung - Teras Malioboro ,TERAS MALIOBORO. Available at: <https://terasmalioboro.jogjaprov.go.id/data-pengunjung/>

Buku :

LOYALITAS PELANGGAN Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan. (2021). (n.p.): Zifatama Jawara.

PENGUSAHA YANG SUKSES PASTI MENJAGA KEPUASAN PELANGGANNYA: Sebuah Monogrof Dari Sudut Pandang Manajemen Pemasaran. (2022). (n.p.): CV Pena Persada.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengantar dan Analisis Desain Eksperimen Menggunakan MINITAB. (2023). (n.p.): Penerbit Andi.

Manajemen Pemasaran. (2019). (n.p.): Radna Andi Wibowo.

ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS PRODUK DENGAN STATISTICAL PROCESS CONTROL (SPC). (2022). (n.p.): Pascal Books.

LITERATUS JOURNAL: Volume 2 Nomor 1. (2020). (n.p.): Neolectura.

Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina). (n.d.). (n.p.): Jakad Media Publishing.

Strategi Pemasaran Digital dan Perilaku Teknologi pada Society 4.0. (2023). (n.p.): Deepublish.

Komunikasi & Isu Global Kontemporer. (2023). (n.p.): Samudra Biru (Anggota IKAPI)

Jurnal:

Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>

Ermawati, E., Utami, R. P., & Pakawaru, I. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 36–56. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i2.31.36-56>

Yehuda. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI The Influence of Service Quality, Product Quality and Price On Buying Interest Yehuda. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, vol.1 No.10(10), 809–815.

Yusnidar, C., & Isnaini, T. (2020). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Café Di Kabupaten Pidie (Studi kasus di café Black Star Sigli Kabupaten Pidie). *Jurnal Real*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Riset, 2(2), 115–123.

<http://journal.unigha.ac.id/index.php/JRR/article/view/222>

Wijaya, A., Simarmata, H. M. P., Chandra, E., Fahri, M. I., & Sisca, S. (2021). Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Word of Mouth Sebagai Pemediasi Pada Publik Kopi Pematangsiantar. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(2), 175–184.
<https://doi.org/10.37403/sultanist.v9i2.356>

Zaezatun, A. P., & Rimiyati, H. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Etnosentrisme Konsumen, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Hamzah Batik Malioboro). *Proceedings University of Muhammadiyah Yogyakarta Undergraduate Conference*, 2(1), 109–115.

Mahanani, S., Sulistyono, A., Tinggi, S., Ambarukmo, P., Yogyakarta, D. I., Koperasi, D., Menengah, K., & Yogyakarta, D. I. (2022). *Sumiyar & Agung_Teras+Malioboro*. 505–513.

TRİYOKO. (2022). TRIYOKO Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Jl. Kusumanegara No.157 Daerah Istimewa Yogyakarta 55165 E-mail : triyoko2189@gmail.com. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Klonsumen Kedai Yoko*, 1(157).

Dp, S. N., Sejati, K. W., A'yunina, H., Dewi, A. S., Nisa, K. K., Sosiologi, M. J., Kalijaga Yogyakarta, S., Sosiologi, D., Sunan, U., Yogyakarta, K., Ekonomi, F., Islam, B., Islam, U., Sayyid, N., Rahmatullah, A., & Sujadi, T. J. M. (2023). Dampak Relokasi Pedagang Kaki Lima Ke Teras Malioboro Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam (SOSEBI)*, 3(1), 2808–7089.

Adesi, F. P., & Wahyu Setiadi, Y. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Sampono Perfumery*. 2(1), 23–29. www.jurnal.umb.ac.id

Kurniawan, D. D., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal Manager*, 5(1), 348–358.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>

Bappeda Daerah Istimewa Yogyakarta. (2022). Profil Umkm Diy. *Bappeda Daerah Istimewa Yogyakarta*, 21(3), 1–5.

Mulyani, A. T., Norman. L. C. A., Damanik. I. I. (2022). Analisis Kenyamanan Dan Efektivitas Teras Malioboro Bagi Pengguna Ruang Publik Komersial. *Seminat on Architecture Research and Tecnology(SMART)#6*.