

**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI USAHA TERHADAP  
PENDAPATAN PELAKU USAHA KUE TRADISIONAL DI  
KOTA TANJUNGPINANG**

**SKRIPSI**

OLEH

**BAITY SARTIKA**

**NIM : 17612154**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI ( STIE ) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG**

**2021**

**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI USAHA TERHADAP  
PENDAPATAN PELAKU USAHA KUE TRADISIONAL DI  
KOTA TANJUNGPINANG**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi

OLEH

**BAITY SARTIKA**

**NIM : 17612154**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI ( STIE ) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG**

**2021**

**TANDA PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI USAHA TERHADAP  
PENDAPATAN PELAKU USAHA KUE TRADISIONAL DI KOTA  
TANJUNGPINANG**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

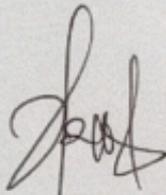
Oleh

Nama : BAITY SARTIKA

NIM : 17612154

Menyetujui :

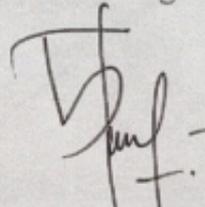
Pembimbing Pertama,



**Risnawati, S.Sos., M.M**

NIDN. 1025118803 / Asisten Ahli

Pembimbing Kedua,

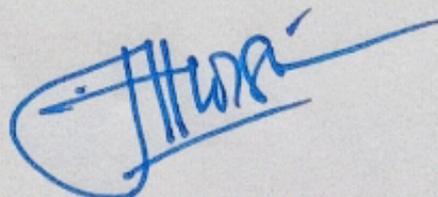


**Selvi Fauzar, S.E., M.M**

NIDN. 1001109101 / Asisten Ahli

Mengetahui,

Ketua Program Studi,



**Dwi Septi Haryani, S.T., M.M**

NIDN. 1002078602 / Lektor

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI USAHA TERHADAP  
PENDAPATAN PELAKU USAHA KUE TRADISIONAL DI KOTA  
TANJUNGPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

**NAMA : BAITY SARTIKA**  
**NIM : 17612154**

Telah dipertahankan didepan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Dua Puluh Tiga Bulan November Tahun Dua Ribu Dua Satu Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,

**Satriadi, S.AP., M.Sc**

NIDN. 1011108901 / Lektor

Sekretaris,

**Imran Ilyas, M.M**

NIDN. 1007036603 / Lektor

Anggota,

**Evita Sandra, S.Pd. Ek., M.M**

NIDN. 1029127202 / Lektor

Tanjungpinang, 23 November 2021  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang,  
Ketua,



**Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA**

NIDN. 1029127801 / Lektor

## PERNYATAAN

Nama : Baity Sartika  
NIM : 17612154  
Tahun Angkatan : 2017  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.43  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap  
Pendapatan Pelaku Usaha Kue Tradisional di Kota  
Tanjungpinang

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 23 November 2021

Penyusun,



**Baity Sartika**

**NIM. 17612154**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Alhamdulillah wassyukurillah wanikmatullah warahmatullah**

Sujud syukurku kusembahkan kepada-Mu ya Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang.

**Shalawat beserta salam kuhadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW.**

**Allahummasolli'ala Sayyidina Muhammad wa'alaali Sayyidina Muhammad**

Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga tersayang terutama untuk dua orang hebat dalam hidup saya, Ayahanda dan Ibunda tercinta. Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin berkat doa dan nasehat sehingga saya bisa sampai pada tahap dimana akhirnya skripsi ini selesai. Untuk kakak, adik, saudara dan sepupu saya, orang-orang dibelakang layar serta teman-teman yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi dan selalu mendengar keluh kesahku selama ini hingga sampai meraih gelar sarjana.

Dan dengan bangga, ku persembahkan skripsi ini kepada Almamaterku  
**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang**

## **HALAMAN MOTTO**

Hidup ini kadang cuma soal “pilihan”. Saat kita memilih yang benar, itu bisa jadi “hadiah terbaik”. Saat kita memilih yang salah, itu bisa jadi “pelajaran terbaik”.  
Belajarlh dari pilihan-pilihan yang pernah kita buat.

### **Allah SWT berfirman :**

“Sesungguhnya kesukaran itu ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanmu lah engkau berharap.

“Untuk meraih kesuksesan, keinginan untuk sukses harus lebih besar daripada ketakutanmu terhadap kegagalan”.

### **HR. Muslim :**

“Barang siapa yang menempuh jalan untuk menuntut ilmu, Allah SWT akan mudahkan baginya jalan menuju Surga”.

“Lebih baik mencoba suatu hal kemudian menyesalinya daripada menyesal karena tidak berbuat apa-apa”.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamiin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat, Maha Pengasih, Maha Penyayang dan Maha Pemaaf yang melapangkan ketika sempit dan memudahkan yang susah sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Kue Tradisional di Kota Tanjungpinang”**. Shalawat beserta salam dihaturkan pula kepada Rasulullah SAW, semoga kita mendapatkan syafa'atnya di akhir kelak. Aamiin.

Skripsi ini penulis selesaikan sebagai tugas akhir untuk memenuhi syarat menjadi Sarjana Manajemen (S.M) Strata 1 pada Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah banyak dibantu dan diberikan motivasi oleh berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimah kasih banyak kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA selaku Ketua STIE Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Wakil Ketua I STIE Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA selaku Wakil Ketua II STIE Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Imran Ilyas, M.M selaku Wakil Ketua III STIE Pembangunan Tanjungpinang.

5. Ibu Dwi Septi Haryani, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan.
6. Bapak Octojaya Abriyoso, M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan.
7. Ibu Risnawati, S.Sos., M.M selaku dosen pembimbing I yang selalu meluangkan waktu dan banyak membantu peneliti dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan.
8. Ibu Selvi Fauzar, S.E., M.M selaku dosen pembimbing II yang selalu meluangkan waktu dan banyak membantu peneliti dalam memberikan bimbingan.
9. Seluruh dosen dan staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
10. Untuk kedua orangtuaku, kakak, adik, saudara dan sepupu yang telah memberikan doa, semangat dan motivasi.
11. Untuk sahabat-sahabatku yang telah memberikan dukungan agar terselesaikannya skripsi ini : Kak Uci, Dewi, Mutia, Kak Tika, Dea, Kak Tita, Tiwi, Erliana, Hadis, Feby dan Kiki.
12. Untuk orang-orang dibelakang layar yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam mengerjakan skripsi.
13. Kepada seluruh rekan Demisioner BEM STIE Pembangunan 2017-2019.

Meskipun telah diusahakan untuk menyusun skripsi ini sebaik mungkin, namun penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi upaya

peningkatan kualitas dari skripsi ini. Akhirul kalam, hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua dalam rangka menambah pengetahuan dan pemikiran.

Tanjungpinang, November 2021

Penyusun,

**Baity Sartika**  
NIM : 1762154

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>HALAMAN MOTTO</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Batasan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	8
1.5. Kegunaan Penelitian .....	9
1.5.1. Kegunaan Ilmiah .....	9
1.5.2. Kegunaan Praktis .....	9
1.6. Sistematika Penulisan .....	10

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Tinjauan Teori .....	12
2.1.1. Pengertian Manajemen .....	12
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13

2.1.3. Pendapatan . . . . .	14
2.1.4. Promosi . . . . .	17
2.1.5. Lokasi Usaha . . . . .	19
2.2. Kerangka Pemikiran . . . . .	22
2.3. Hipotesis . . . . .	23
2.4. Penelitian Terdahulu . . . . .	23

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian . . . . .	30
3.2. Jenis Data . . . . .	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data . . . . .	31
3.4. Populasi dan Sampling . . . . .	32
3.5. Definisi Operasional Variabel . . . . .	33
3.6. Teknik Pengolahan Data . . . . .	36
3.7. Teknik Analisis Data . . . . .	37
3.7.1 Uji Kualitas Data . . . . .	38
3.7.1.1. Uji Validitas . . . . .	38
3.7.1.2. Uji Realibilitas . . . . .	38
3.7.2 Uji Asumsi Klasik . . . . .	39
3.7.2.1. Uji Normalitas . . . . .	39
3.7.2.2. Uji Heterokedastisitas . . . . .	39
3.7.2.3. Uji Autokorelasi . . . . .	40
3.7.2.4. Uji Multikolonieritas . . . . .	40
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda . . . . .	41
3.7.4 Uji Hipotesis . . . . .	42
3.7.4.1. Uji Parsial (Uji-T) . . . . .	42
3.7.4.2. Uji Simultan (Uji-F) . . . . .	43
3.7.5 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) . . . . .	43

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian .....	44
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	44
4.1.2 Karakteristik Data Responden .....	46
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	48
4.1.4 Analisis Hasil Penelitian .....	57
4.2. Pembahasan .....	69

## **BAB V PENUTUP**

5.1. Kesimpulan .....	71
5.2. Saran .....	72

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>No. Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Data Industri Kecil dan Menengah di Kota Tanjungpinang Tahun 2021 .....	4
Tabel 1.2	Data Wilayah Berdasarkan Kelurahan di Kecamatan Tanjungpinang Timur .....	4
Tabel 1.3	Data Disperindag : Nama Pelaku Usaha dan Perkiraan Pendapatan ..	5
Tabel 1.4	Data Kelurahan : Nama Pelaku Usaha dan Perkiraan Pendapatan ...	6
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	33
Tabel 3.2	Skala Pengukuran Variabel .....	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Lama Usaha .....	46
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan .....	47
Tabel 4.3	Deskriptif Variabel Promosi .....	48
Tabel 4.4	Deskriptif Variabel Lokasi Usaha .....	52
Tabel 4.5	Deskriptif Variabel Pendapatan .....	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas .....	57
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 4.8	Hasil Uji Autokorelasi .....	63
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas .....	64
Tabel 4.10	Hasil Analisa Linear Berganda .....	65
Tabel 4.11	Hasil Uji T .....	66
Tabel 4.12	Hasil Uji F .....	67
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	68

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Konsep Kerangka Pemikiran .....	22
Gambar 4.1	Uji Normalitas (Histogram) .....	60
Gambar 4.2	Uji Normalitas (P-Plot) .....	61
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	62

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>
Lampiran I	Kuesioner Penelitian
Lampiran II	Tabulasi Data Kuesioner
Lampiran III	Output SPSS Data Reponden
Lampiran IV	Output SPSS Data Validitas
Lampiran V	Output SPSS Uji Reliabilitas
Lampiran VI	Output SPSS Uji Normalitas
Lampiran VII	Surat Penelitian
Lampiran VIII	Lembar Plagiarisme

## ABSTRAK

### PENGARUH PROMOSI DAN LOKASI USAHA TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA KUE TRADISIONAL DI KOTA TANJUNGPINANG

Baity Sartika, 17612154, Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)

Pembangunan Tanjungpinang

[Baitysartika27@gmail.com](mailto:Baitysartika27@gmail.com)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan lokasi usaha terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional di Kota Tanjungpinang.

Populasi dalam penelitian ini pelaku usaha mikro industri kecil menengah yang melakukan usaha pangan di Kelurahan Pinang Kencana yaitu sebanyak 92 usaha. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* dimana penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan populasi, ditemukan 28 pelaku usaha kue tradisional yang ada di Kelurahan Pinang Kencana berdasarkan disperindag dan kelurahan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan berupa kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji validitas, uji asumsi klasik, uji regresi berganda dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Sedangkan lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan. Dan pengaruh promosi dan lokasi usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional di Kota Tanjungpinang.

Kata kunci : Promosi, lokasi usaha, pendapatan

Dosen Pembimbing I : Risnawati, S.Sos., M.M

Dosen Pembimbing II : Selvi Fauzar, S.E., M.M

## **ABSTRACT**

### ***THE EFFECT OF PROMOTION AND BUSINESS LOCATION ON THE INCOME OF TRADITIONAL CAKE BUSINESS ACTORS IN TANJUNGPINANG CITY***

*Baity Sartika, 17612154, Management, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)  
Pembangunan Tanjungpinang  
[Baitysartika27@gmail.com](mailto:Baitysartika27@gmail.com)*

*This study aims to determine the effect of promotion and business location on the income of traditional cake business actors in Tanjungpinang City.*

*Population in this study micro, small and medium industry entrepreneurs who run food business in Pinang Kencana Village are 92 business. The method used in sampling is a non probability sampling technique with purposive sampling type where the determination of the sample is carried out with certain considerations. Based on the population, found 28 traditional cake business actors in Pinang Kencana Village based on Disperindag and Kelurahan.*

*This type of research used in this research is descriptive quantitative. Data collection techniques were carried out in the form of questionnaires and literature study. The data analysis technique used is validity test, classis assumption test, multiple regression test, hypothesis testing with the help of the SPSS 26 program.*

*The result of this study indicate that promotion has no effect on income. While the location of the business affect the income. And the effect of promotion and business location together affect the income of traditional cake business actors in Tanjungpinang City.*

*Keywords : Promotion, business location, income.*

*Lecturer Advicer I : Risnawati, S.Sos., M.M*

*Lecturer Advicer II : Selvi Fauzar, S.E., M.M*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pengembangan ekonomi kerakyatan merupakan strategi pembangunan yang menempatkan sektor ekonomi rakyat sebagai sasaran utama pembangunan. Landasan ekonomi dalam negeri dengan sendirinya dapat terbangun dari perekonomian Indonesia akan mampu lebih mandiri, kokoh dan tidak bergantung dengan ekonomi luar negeri. Sesuai dengan pemikiran dan strategi diatas, maka arah kebijaksanaan ekonomi nasional perlu ditujukan pada sektor-sektor yang sarat dengan kepentingan rakyat, terkait dengan potensi dan kapasitas rakyat, serta sekaligus sesuai dengan sumber-sumber lokal sendiri yang tersedia. Dalam konteks ini sektor industri kecil merupakan salah satu alternatif yang dapat dipilih dan merupakan salah satu langkah untuk membangun ekonomi kerakyatan.

Industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional pada tahun depan. Di samping itu industri makanan dan minuman semakin kompetitif sebab jumlahnya cukup banyak, tidak hanya meliputi perusahaan skala besar, namun juga telah menjangkau di tingkatan kabupaten/kota untuk kelas industri kecil dan menengah (Dewi Ratna dkk, 2020).

Setiap daerah memiliki makanan tradisional dengan ciri khasnya masing-masing, walaupun ada yang sama namun tiap daerah mempunyai cita rasanya sendiri. Makanan tradisional ini dapat dimanfaatkan oleh tiap daerah untuk dijadikan suatu peluang bisnis yang bisa mendatangkan pendapatan bagi

masyarakat, menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan daerah. Makanan tradisional merupakan wujud budaya yang berciri kedaerahan, spesifik, berbagai ragam serta jenis yang mencerminkan potensi alam daerah masing-masing.

Kue tradisional merupakan wujud budaya warisan para leluhur bangsa yang diajarkan secara turun temurun, berasal dari tiap-tiap daerah di Indonesia, umumnya bercita rasa manis ataupun legit, gurih bahkan asin (Kristiastuti dan Afifah, 2015). Jenis-jenis kue tradisional dapat dilihat dari segi pengolahan, bahan dan bentuk.

- 1). Kue manis memiliki tekstur yang empuk, lembut serta basah. Kue manis tidak dapat bertahan lama, hanya bisa bertahan beberapa hari atau bahkan beberapa jam saja. Biasanya kue tradisional dibuat dari tepung beras, gula serta santan, sehingga cepat basi ataupun rusak. Kue manis biasanya dimasak dengan menggunakan cara pengolahan dikukus, direbus maupun digoreng. Kue manis dapat ditemui di pasar tradisional dan biasanya kue tradisional dapat dibungkus dengan daun pisang, daun pandan ataupun daun kelapa. Contohnya kue talam, lepat bugis, tepung gomak, dan lain sebagainya..
- 2). Kue asin memiliki tekstur yang kering dan mempunyai kandungan air yang sedikit, sehingga bisa bertahan lama apabila disimpan. Kue asin umumnya dimasak dengan menggunakan teknik pengolahan digoreng atau dibakar. Contohnya epok-epok, roti goreng, lempur, dll.

Menjalankan usaha kue tradisional saat ini bukanlah perkara yang mudah, dikarenakan saat ini sudah banyak aneka kue modern yang dijual dipasaran. Agar kue tradisional tetap hidup dan ada, diperlukannya cara mempromosikan kue tradisional agar banyak dikenal lagi oleh masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian (Nuraida dkk, 2020) bahwa promosi dengan pendapatan berpengaruh signifikan. Promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha juga menjadi penentu pendapatan pada pelaku usaha kue tradisional tersebut. Promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi untuk memperoleh pendapatan usaha. Promosi harus mampu membujuk khalayak ramai supaya dapat tertarik terhadap sesuatu produk yang dipromosikan dan berperilaku sesuai untuk menaikkan penjualan dan memperoleh keuntungan.

Selain peran promosi dalam meningkatkan pendapatan, peran lokasi juga merupakan hal yang penting dalam meningkatkan pendapatan. Perlunya memilih letak lokasi yang strategis akan berhubungan dengan permasalahan efisiensi transportasi, ketersediaan lahan parkir, sifat bahan baku ataupun sifat produknya, dan kemudahannya menggapai konsumen. Apabila usaha bisa menekan biaya-biaya produksi serta biaya operasional yang lain, maka daya saing usaha akan bertambah sebab biayanya menjadi lebih kompetitif.

Berdasarkan hasil penelitian Dery Fauzan (2011) bahwa lokasi usaha dengan pendapatan berpengaruh signifikan. Lokasi usaha yang strategis dapat meningkatkan pendapatan pedagang karena memilih lokasi usaha juga adalah strategi bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Pemilihan lokasi usaha strategis

pada usaha dagang dan usaha jasa berfokus pada meningkatkan keuntungan atau pendapatan.

Tanjungpinang merupakan Ibukota Provinsi Kepulauan Riau yang dimana salah satu potensi yang ada di Kota Tanjungpinang adalah dalam usaha makanan atau kuliner. Kuliner yang ada tidak hanya makanan yang berat saja, tetapi ada juga kue tradisional yang banyak diujakan di kota ini. Kondisi geografis Kota Tanjungpinang yang strategis memberikan peluang untuk mengembangkan usaha.

**Tabel 1.1**

Data Industri Kecil dan Menengah di Kota Tanjungpinang Tahun 2021

No	Kecamatan	Jumlah Usaha
1	Bukit Bestari	193
2	Tanjungpinang Timur	318
3	Tanjungpinang Kota	113
4	Tanjungpinang Barat	151

*Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tanjungpinang (2021)*

Berdasarkan pada Tabel 1.1 mengenai data industri kecil dan menengah di Kota Tanjungpinang, dari data tersebut Kecamatan Tanjungpinang Timur adalah Kecamatan yang memiliki industri kecil dan menengah yang tertinggi. Berikut dilampirkan data wilayah administrasi Kecamatan Tanjungpinang Timur berdasarkan kelurahan.

**Tabel 1.2**

Data Wilayah Berdasarkan Kelurahan di Kecamatan Tanjungpinang Timur

No	Kelurahan	Luas (Km <sup>2</sup> )
1	Melayu Kota Piring	13,00
2	Kampung Bulang	11,50

3	Air Raja	13,00
4	Batu Sembilan	23,00
5	Pinang Kencana	23,00
<b>Total</b>		<b>83,50</b>

Dari data pada tabel 1.2, peneliti memilih salah satu kelurahan yang memiliki luas terbesar yaitu Kelurahan Pinang Kencana. Selanjutnya peneliti mengambil data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tanjungpinang dan Kelurahan Pinang Kencana.

**Tabel 1.3**

Data Disperindag : Nama Pelaku Usaha dan Perkiraan Pendapatan

No	Nama	Bulan			
		Agustus	September	Oktober	November
1	Rian Susanti	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000
2	Joko Supangat	Rp 3,500,000	Rp 3,000,000	Rp 3,000,000	Rp 4,000,000
3	Ade Octaviany	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000
4	Sahputri	Rp 600,000	Rp 800,000	Rp 800,000	Rp 1,000,000
5	Asni	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000
6	Kartika	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000
7	Elvi Rahmi	Rp 500,000	Rp 400,000	Rp 500,000	Rp 500,000
8	Yuni Afrida	Rp 1,800,000	Rp 1,800,000	Rp 1,900,000	Rp 2,000,000
9	Winarti	Rp 1,100,000	Rp 1,000,000	Rp 1,200,000	Rp 1,200,000

*Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tanjungpinang (2021)*

**Tabel 1.4**

Data Kelurahan : Nama Pelaku Usaha dan Perkiraan Pendapatan

No	Nama	Bulan			
		Agustus	September	Oktober	November
1	Rita Roselia	Rp 2,000,000	Rp 2,100,000	Rp 2,000,000	Rp 2,050,000
2	Hasna Wirda	Rp 750,000	Rp 800,000	Rp 750,000	Rp 850,000
3	Neldawati	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 500,000
4	Nurarini	Rp 2,100,000	Rp 2,000,000	Rp 2,200,000	Rp 2,250,000
5	Siti Maarifah	Rp 1,800,000	Rp 2,000,000	Rp 1,900,000	Rp 2,050,000
6	Arfita	Rp 1,000,000	Rp 800,000	Rp 800,000	Rp 800,000
7	Melly Agustiani	Rp 2,000,000	Rp 2,500,000	Rp 2,500,000	Rp 3,000,000
8	Widia Astuti	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000
9	Nopita Sari	Rp 500,000	Rp 500,000	Rp 600,000	Rp 600,000
10	Zainal Abidin	Rp 1,000,000	Rp 1,200,000	Rp 1,100,000	Rp 1,000,000
11	Aftika H	Rp 800,000	Rp 700,000	Rp 850,000	Rp 900,000
12	Anny Mulyati	Rp 1,500,000	Rp 1,600,000	Rp 1,600,000	Rp 1,700,000
13	Ernawati	Rp 600,000	Rp 650,000	Rp 600,000	Rp 700,000
14	Yusniar	Rp 600,000	Rp 600,000	Rp 600,000	Rp 600,000
15	Syofyaldi	Rp 1,500,000	Rp 1,500,000	Rp 2,000,000	Rp 2,000,000
16	Ni Wayan	Rp 1,000,000	Rp 900,000	Rp 1,000,000	Rp 1,200,000
17	Elnyna .I	Rp 3,000,000	Rp 2,500,000	Rp 3,000,000	Rp 3,200,000
18	Lia Indriyani	Rp 900,000	Rp 900,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000
19	Suriani	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000	Rp 1,000,000

Sumber : Kelurahan Pinang Kencana (2021)

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang peneliti lakukan, pelaku usaha memperoleh pendapatan dalam usahanya masih kurang maksimal, dikarenakan pelaku usaha tidak fokus mengembangkan usahanya agar lebih dikenal lagi oleh masyarakat banyak. Pelaku usaha juga kurang memperhatikan letak lokasi

sehingga pemilihan kurang strategis yang menjadi salah satu alasan kenapa pendapatan pelaku usaha itu kurang maksimal. Pendapatan pelaku usaha bergantung pada promosi yang dilakukan. Semakin banyak dan semakin sering pelaku usaha melakukan promosi, maka semakin banyak pula pendapatan yang diperoleh pelaku usaha tersebut.

Perihal ini juga sesuai dengan pengamatan peneliti yang melihat banyaknya pelaku usaha kue tradisional yang kurang melakukan promosi sehingga membuat dagangannya tidak terpasarkan dengan baik. Selain promosi, pelaku usaha juga tidak memikirkan lokasi usaha karena terletak di daerah yang sepi atau bahkan di gang yang sempit. Seharusnya lokasi ini harus diperhatikan oleh pelaku usaha karena lokasi mempengaruhi biaya produksi, operasional dan laris tidaknya dagangan.

Dari latar belakang yang tertulis diatas, peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Kue Tradisional di Kota Tanjungpinang”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka bisa dirumuskan beberapa permasalahan antara lain :

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional di Kota Tanjungpinang Khususnya Kelurahan Pinang Kencana?
2. Bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional di Kota Tanjungpinang Khususnya Kelurahan Pinang Kencana?

3. Bagaimana pengaruh promosi dan lokasi usaha terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional di Kota Tanjungpinang Khususnya Kelurahan Pinang Kencana?

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka diperlukan batasan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini. Pembatasan masalah disebabkan luasnya permasalahan dan banyaknya faktor yang mempengaruhi permasalahan yang diteliti. Dengan begitu, peneliti membatasi pelaku usaha kue tradisional di Kota Tanjungpinang yaitu pada Kelurahan Pinang Kencana dikarenakan Kelurahan Pinang Kencana merupakan salah satu kelurahan yang memiliki luas terbesar di Kecamatan Tanjungpinang Timur. Selain itu, peneliti juga membatasi faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha kue tradisional dengan variabel promosi dan lokasi usaha.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional di Kota Tanjungpinang khususnya Kelurahan Pinang Kencana.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional di Kota Tanjungpinang khususnya Kelurahan Pinang Kencana.

3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan lokasi usaha terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional di Kota Tanjungpinang khususnya Kelurahan Pinang Kencana

### **1.5. Kegunaan Penelitian**

#### 1.5.1. Kegunaan Ilmiah

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan mengenai promosi dan lokasi usaha pada pelaku usaha kue tradisional.
2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian sejenis sehingga mampu menghasilkan penelitian-penelitian yang lebih mendalam.

#### 1.5.2. Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti : Untuk pengembangan wawasan keilmuan dan sebagai sarana penerapan dari ilmu pengetahuan.
2. Bagi Akademisi : Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan umpan balik sebagai hasil integrasi mahasiswa dengan masyarakat sehingga kurikulum dapat disesuaikan dengan kebutuhan pembangunan Kota Tanjungpinang
3. Bagi Pelaku Usaha : Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan kepada pelaku usaha dalam hal promosi dan lokasi usaha sehingga dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dibagi kedalam 3 bagian. Adapun ringkasan setiap bagian sebagai berikut :

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Berisi pendahuluan dimana akan dituliskan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan sebagai bab pendahuluan pada tugas ini.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bagian ini dipaparkan tinjauan teori yang berisi pengertian dari para ahli, kerangka pemikiran metodologi penelitian ini, hipotesis dan penelitian terdahulu sebagai sumber acuan pendukung bagi penulis.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini diterangkan jenis penelitian yang digunakan, jenis data yang diambil, teknik pengumpulan data agar mempermudah penulis, populasi dan sampling, definisi operasional variabel, teknik pengolahan data dan teknik analisis data yang cukup dijelaskan pada bab ini.

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan permasalahan penelitian yang diangkat serta memaparkan hasil dari penelitian yang dilakukan secara terperinci.

## **BAB V: PENUTUP**

Pada bab ini yang merupakan bab terakhir memuat kesimpulan yang peneliti tarik hasil dari penelitian yang sudah dilakukan dan disertai dengan saran yang berdasarkan dari pandangan dan pendapat peneliti.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Manajemen**

Manajemen berasal dari kata bahasa Inggris “*Management*” dengan kata kerja “*to Manage*” yang secara umum berarti mengurus, mengemudikan, mengelola, menjalankan, membina atau memimpin sedangkan kata benda “*management*” dan “*manage*” berarti orang yang melakukan kegiatan manajemen.

Menurut Stoner dan Freeman dalam Safroni (2012), Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dan proses penggunaan semua sumber daya organisasi untuk tercapainya tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Sedangkan menurut Terry dalam Hasibuan (2013) adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Menurut Griffin (2012) manajemen adalah serangkaian aktifitas dan pengambilan keputusan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian yang diarahkan pada sumber daya organisasi dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu proses yang didalamnya berisi tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.

### **2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran**

Menurut Tjiptono (2011) manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Dr. Sudaryono (2016) mendefinisikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian dari berbagai sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

Menurut (Daryanto, 2011) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, bisa disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam membangun atau menciptakan nilai kepada konsumen tentang apa yang dibutuhkan konsumen dan bagaimana mewujudkannya.

### 2.1.3 Pendapatan

Pendapatan (*income*) merupakan seluruh penerimaan baik berupa uang maupun barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu.

- a. Pengertian menurut para ahli
  1. Pendapatan adalah penghasilan yang berasal dari aktivitas normal dari suatu entitas dan merujuk kepada istilah yang berbeda-beda seperti penjualan, pendapatan jasa, bunga, dividen dan royalti (Martani, dkk, 2016).
  2. Menurut Kartikahadi, dkk (2012) pendapatan adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan asset atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.
  3. Menurut Syafi'i Antonio dalam Siti Turyani, dkk (2019) pendapatan merupakan kenaikan kotor dalam aset atau penurunan liabilitas atau gabungan dari keduanya selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan yang berakibat dari investasi, perdagangan, memberikan jasa atau aktivitas lain yang bertujuan meraih keuntungan.
  4. Pendapatan merupakan balas jasa atas penggunaan faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh sektor rumah tangga dan sektor perusahaan yang dapat berupa gaji/upah, sewa, bunga serta keuntungan/profit (Prisilia dkk, 2019).

b. Jenis-jenis pendapatan

Menurut Nur Isni (2016) jenis pendapatan berdasarkan cara perolehannya yaitu :

- a) Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh sebelum dikurangi pengeluaran dan biaya lain.
- b) Pendapatan bersih adalah pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi pengeluaran dan biaya lain.

c. Faktor yang mempengaruhi pendapatan

Menurut Swastha dalam Nur Isni (2016) Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dari kegiatan penjualan yaitu :

a) Kondisi dan kemampuan pedagang

Kemampuan pedagang dalam transaksi jual beli yaitu mampu meyakinkan para pembeli untuk membeli dagangannya dan sekaligus memperoleh pendapatan yang diinginkan.

b) Kondisi pasar

Kondisi pasar berkaitan dengan keadaan pasar tersebut, jenis pasar, kelompok pembeli yang ada dalam pasar tersebut, lokasi berdagang, frekuensi pembeli dan selera pembeli dalam pasar tersebut.

c) Modal

Setiap usaha membutuhkan operasional usaha yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Dalam kegiatan penjualan semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan

produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Untuk itu dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan meningkatkan keuntungan sehingga pendapatan dapat meningkat.

d) Kondisi organisasi usaha

Semakin besar suatu usaha akan memiliki frekuensi penjualan yang semakin tinggi sehingga keuntungan akan semakin besar dibandingkan dengan usaha yang lebih kecil.

e) Faktor lain

Faktor lain yang mempengaruhi usaha berkaitan dengan periklanan, kemasan produk, jenis dagangan, dll.

d. Indikator-indikator pendapatan

Adapun indikator pendapatan menurut Sukirno dalam Livia Tinneke Olly (2020), antara lain yaitu:

- a. Besar pendapatan perhari, uang yang diterima dari penjualan produk perhari dikurangi biaya yang telah dikeluarkan
- b. Besar pendapatan perbulan, uang yang diterima dari penjualan produk perbulan dikurangi biaya yang telah dikeluarkan
- c. Kecukupan dalam pembiayaan kebutuhan sehari-hari

#### 2.1.4 Promosi

Promosi merupakan faktor yang sangat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha dalam menawarkan dan memasarkan produknya. Promosi yang baik sangat menentukan pencapaian perusahaan dalam memperoleh laba yang merupakan tujuan dari suatu usaha.

a. Pengertian menurut para ahli

1. Promosi adalah sarana yang digunakan perusahaan untuk memberi informasi, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung atau tidak langsung tentang produk atau merek yang dijual (Kotler dan Keller, 2016).
2. Menurut Tjiptono (2015) “Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan”.
3. Promosi adalah aktivitas penyampaian informasi manfaat dari sebuah produk atau jasa yang tersedia bagi pelanggan yang di targetkan. Termasuk di dalamnya periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung (Kotler dan Armstrong dalam Heri Parasuhanda dkk, 2016).
4. Menurut (Swastha dan Irawan dalam Heri Parasuhanda dkk, 2016) menjelaskan bahwa promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah

yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

b. Tujuan Promosi

Tujuan utama promosi adalah untuk meningkatkan penjualan suatu produk dengan menciptakan permintaan, yaitu permintaan konsumen maupun permintaan perdagangan (Daniel, 2017).

1. Tujuan dasar promosi adalah untuk menyebarkan informasi kepada pelanggan potensial.
2. Penjual menggunakan promosi tipe insentif untuk menarik pelanggan baru, untuk menghargai pelanggan setia dan untuk meningkatkan tingkat pembelian kembali pengguna sesekali.
3. Untuk mendorong pelanggan mencoba produk baru.
4. Promosi penjualan menghasilkan respon penjualan yang lebih cepat daripada iklan.
5. Membantu mengalahkan kegiatan promosi pesaing.

c. Indikator-indikator promosi

Adapun indikator promosi menurut Kotler dan Keller (2016) sebagai berikut :

- a. Pesan promosi, tolak ukur seberapa baik pesan promosi dilakukan dan disampaikan kepada pasar.

- b. Media promosi, yang digunakan perusahaan guna melaksanakan promosi.
- c. Waktu promosi, lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.
- d. Frekuensi promosi, jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi.

### **2.1.5 Lokasi Usaha**

Lokasi usaha adalah tempat suatu usaha beroperasi atau melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa. Lokasi strategis menjadi faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha karena lokasi usaha adalah asset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri. Lokasi usaha harus diperhatikan dengan baik agar pemasukan atau pendapatan dapat sesuai dengan yang diharapkan.

- a. Pengertian menurut para ahli
  - 1. Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampain atau penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Tjiptono, 2015).
  - 2. Lokasi adalah kegiatan perusahaan untuk menjual produk dengan harga terjangkau dan tersedianya target pasar (Philip Kotler & Armstrong, 2018).
  - 3. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011) lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan.

4. Menurut Ratih Hurriyati (2015) lokasi diartikan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

b. Memilih lokasi bisnis

Menurut Buchari Alma (2012: 106), memilih lokasi bisnis yang tepat untuk kegiatan bisnis adalah sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan bisnis untuk masa depan. Untuk menetapkan lokasi bisnis ada dua langkah yang perlu ditetapkan yaitu:

- a) Menentukan masyarakat yang akan dilayani
- b) Memilih lokasi disekitar masyarakat tersebut.

Untuk menentukan lokasi dalam masyarakat tertentu, maka perlu dipertimbangkan faktor-faktor berikut:

- a) Karakteristik demokrasi konsumen
- b) Kondisi ekonomi setempat.
- c) Keadaan penduduk dan penghasilan.
- d) Persaingan.
- e) Iklim sosial dan perdagangan.

Pemilik bisnis kecil yang akan memilih lokasi, harus kenal betul dengan barang yang akan dijualnya, agar dapat mempertimbangkan faktor diatas secara tepat.

c. Indikator-indikator Lokasi Usaha

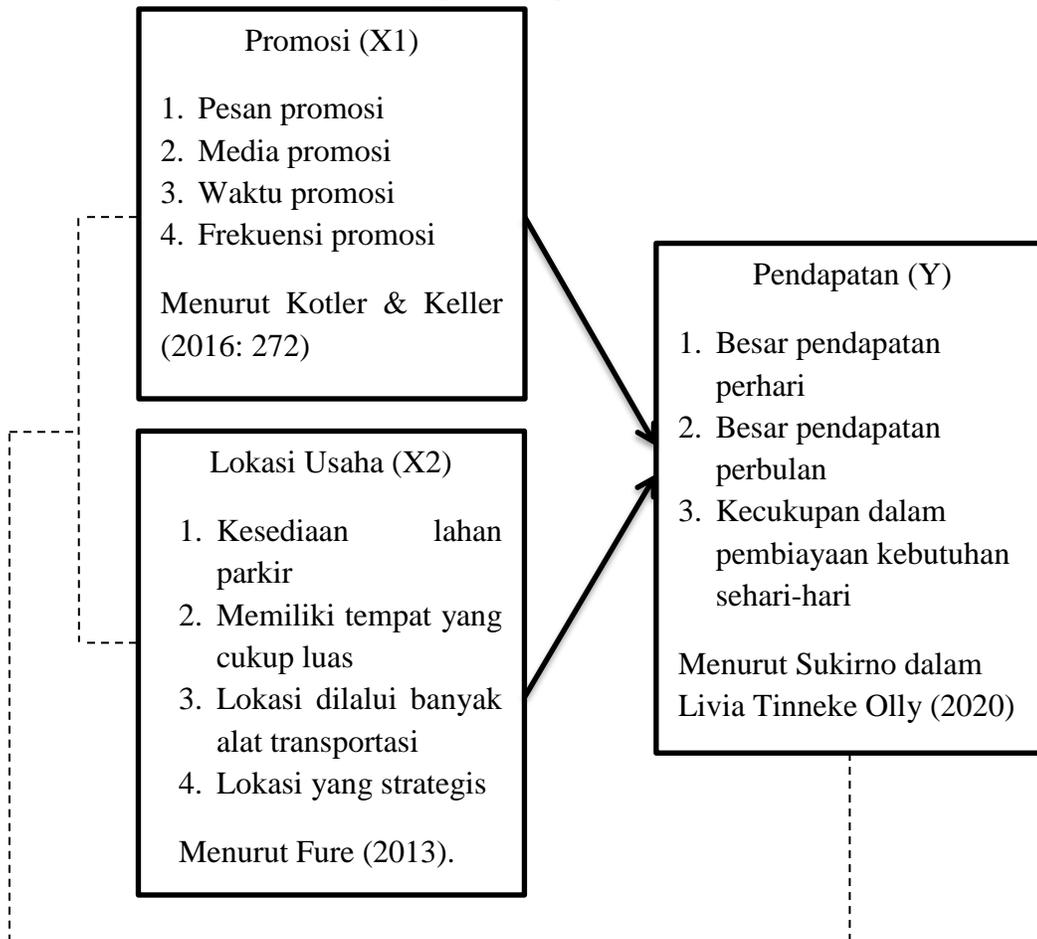
Lokasi menurut Aprih Santoso, Sri Yuni Widowati (dalam Gugun, 2015) dapat didefinisikan sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari. Indikator dari variabel lokasi menurut Fure (2013) adalah sebagai berikut:

- a) Ketersediaan lahan parkir
- b) Memiliki tempat yang cukup luas
- c) Lokasi dilalui banyak alat transportasi
- d) Lokasi yang strategis

## 2.2. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1

### Konsep Kerangka Pemikiran



Keterangan :

—————→ : Pengaruh secara parsial

----- : Pengaruh secara simultan

Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2020)

### 2.3. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Adanya pengaruh promosi terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional
- H2 : Adanya pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional
- H3 : Adanya pengaruh promosi dan lokasi usaha terhadap pendapatan pelaku usaha kue tradisional

### 2.4. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa hasil penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nuraida, Suryani dan Ismaulina mahasiswi IAIN Lhokseumawe pada Oktober 2020 yang berjudul “Pengaruh Modal, Promosi dan Lokasi Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang *Fast Food* (Studi Kasus di Geudong Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara)”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui variabel modal, promosi dan lokasi berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap pendapatan pedagang *fast food* di Geudong Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara. Penelitian ini berjenis penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif dan jumlah sampel yang diteliti yaitu 25 pedagang *fast food* di Geudong. Penelitian ini menggunakan angket dengan perhitungan skala likert. Hasil penelitian ditemukan bahwa secara parsial variabel modal memperoleh nilai signifikan

sebesar 0,002, variabel promosi memiliki nilai signifikan sebesar 0,000, sama halnya dengan variabel lokasi yang memiliki nilai signifikan sebesar 0,002, maka seluruh hasil signifikan  $< 0,05$  dengan demikian penelitian ini menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Kemudian secara simultan semua variabel independen yaitu modal, promosi dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $11.306 > 3,05$ ) dan signifikan  $0,000 < 0,050$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu modal, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap pedagang *fast food* di Geudong.

2. Penelitian yang dilakukan oleh M. Fradiyan Khamid tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Promosi, Lokasi Usaha dan Harga Terhadap Pendapatan Petani Ikan Lele di Kecamatan Kajen Kabupaten Pekalongan”. Penelitian ini merupakan field research dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi petani ikan lele di Kecamatan Kajen berjumlah 68 orang diambil dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian diperoleh hasil uji t bahwa variabel promosi dan lokasi usaha berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan petani ikan lele. Hasil uji t variabel harga menunjukkan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan petani ikan lele. Hasil uji f variabel promosi, lokasi usaha dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel pendapatan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rijaluddin Al-Asyrof tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Kerupuk Ikan di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai pengaruh promosi dan modal usaha terhadap pendapatan pada usaha kerupuk ikan di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi. Menggunakan metode kuantitatif, dengan metode observasi, kuisisioner/angket dan dokumentasi untuk melihat bagaimana pengaruh promosi dan modal usaha terhadap pendapatan usaha kerupuk ikan di Kecamatan Danau Teluk. Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa promosi dan modal usaha berpengaruh pada pendapatan usaha kerupuk ikan di Kecamatan Danau Teluk yang dilihat dari kuisisioner yang telah diberikan oleh penulis dan dengan jawaban responden yang rata-rata menjawab bahwa promosi dan modal usaha berpengaruh pada usaha kerupuk ikan di Kecamatan Danau Teluk.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Anggi Novi Saputra tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Harga Jual dan Lokasi Terhadap Pendapatan Menurut Perpektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga jual produk dan lokasi terhadap pendapatan Counter Handphone di Sukarame Bandar Lampung menurut Perspektif Ekonomi Islam.. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif Deskriptif. Data yang digunakan diperoleh dari Kuesioner, Wawancara, dan Dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual dan lokasi secara umum berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan hal ini dilihat dari hasil

pengujian spss diperoleh nilai ( $0,000 < 0,05$ ) dan berpengaruh secara simultan dengan hasil analisis regresi yang diperoleh sebesar R-squared sebesar (0,969) yang artinya harga jual dan tempat memberikan kontribusi sebesar 96,9% terhadap kepuasan nasabah. Sementara sisanya 3,4 % dipengaruhi faktor lain seperti produk, promosi, yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan semua rezeki di muka bumi ini telah diatur oleh Allah SWT sesuai dengan takaran yang ada sesuai hal ini tetuang dalam Al-Qur`an Surat Al-Baqarah ayat 22.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Siska Mardiana dan Annisarizki tahun 2017 yang berjudul “ Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Paguyuban Wirausaha Cilegon (Pawon) dalam Cilegon Car Free Day. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang Paguyuban Wirausaha Cilegon (Pawon) dalam Cilegon Car Free Day. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dalam Cilegon Car Free Day, hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung 6.728 lebih besar dari t table 1.664 dan penelitian ini menunjukkan bahwa variable lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dalam Cilegon Car Free Day sebesar 36.7% % dan sisanya 63.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam penelitian ini.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ratna Sari dan Sri Hartini mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh

Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea (Survei pada Pengunjung Kedai Mie Korea)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Kedai Mie Korea. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Kedai Mie Korea. Data dikumpulkan dengan cara menyebar kuesioner kepada 100 responden menggunakan teknik *sampling non-probability sampling*. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner dan data sekunder yang di dapat dari data penjualan. Data diolah menggunakan analisis regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa promosi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Dwi Maharani Putri dan I Made Jember yang berjudul “*Effect of Equity and Income Business Location Against Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tabanan (Loan Capital as an Intervening Variable)*” yang artinya “Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening)”. Penelitian ini dilakukan pada seluruh kecamatan di Kabupaten Tabanan. Penelitian dilakukan dengan melakukan survey dengan kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, sedangkan metode analisis

yang digunakan yaitu analisis jalur atau path analysis untuk mengetahui pengaruh langsung serta uji Sobel untuk mengetahui pengaruh tidak langsung. Hasil analisis menunjukkan modal sendiri memiliki pengaruh positif terhadap modal pinjaman dan lokasi usaha memiliki pengaruh positif terhadap modal pinjaman. Lokasi usaha dan modal pinjaman memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan. Nilai koefisien determinasi total yaitu sebesar 85 persen dijelaskan oleh model dan sisanya sebesar 15 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Hadita dan Diaz Adiguna mahasiswa University of Bhayangkara Jakarta Raya Tahun 2019 yang berjudul “*The Effect of Location and the Promotion Mix On Visitors’ Interest : The Case of Muara Beting Beach and The Forest of Mangrove Muara Gembong Bekasi*” yang artinya “Pengaruh Lokasi dan Bauran Promosi terhadap Minat Pengunjung : Studi Kasus Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove Muara Gembong Bekasi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi dan promosi terhadap minat pengunjung di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove Muara Gembong di Bekasi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan uji-T dan uji-F dengan taraf signifikansi 5%. Populasi berjumlah 12.000 orang dan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel berdasarkan rumus slovin diperoleh sampel sebanyak 420 responden di Pantai Muara Beting dan Hutan Mangrove Muara Gembong Bekasi. Hasil penelitian ini diperoleh dengan menggunakan analisis

linier berganda dan pengujian hipotesis. Dari Hasil analisis penelitian ditemukan bahwa variabel lokasi dan promosi terhadap minat pengunjung berpengaruh signifikan.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Turyani Marfuah dan Sri Hartiyah mahasiswi Universitas Sains Al-Qur'an tahun 2019 yang "Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Wonosoba)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari modal sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), teknologi, lama usaha dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha pada UMKM yang ada di Kabupaten Wonosobo. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 UMKM yang didapat melalui teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling yang dikembangkan oleh Sugiyono (2012). Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sendiri, kredit usaha rakyat (KUR), teknologi, lama usaha dan lokasi usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2015).

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti yaitu deskriptif kuantitatif. Menurut (Kuncoro, 2010) data kuantitatif adalah data yang pengukurannya dengan menggunakan angka. Sedangkan metode deskriptif adalah penelitian yang menguraikan sifat-sifat dan keadaan yang sebenarnya dari suatu objek penelitian. Tujuannya untuk dapat diuraikannya secara menyeluruh yang diteliti.

Dalam pelaksanaan penelitian ini akan digunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menguji hipotesis yang terbentuk dari rumusan masalah dan teoritis yang mendukung dengan mengolah data hasil kuesioner dari sampel.

#### **3.2. Jenis Data**

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, maksudnya data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Data primer diperoleh melalui kuesioner penelitian dan dokumentasi dengan pihak pelaku usaha kue tradisional.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, internet dan seterusnya (Uma Sekaran, 2011).

### 3.3. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan sebagai data yang dikumpulkan serta bisa diperoleh melalui internet maupun buku. Dalam hal ini peneliti menggunakan buku yang berkaitan dengan penelitian, *searching* internet, dan juga jurnal terdahulu untuk dijadikan referensi ketika menulis proposal penelitian ini.

#### 2. Kuesioner/Angket

Kuesiner atau angket digunakan untuk mengumpulkan data terkait promosi, lokasi usaha dan pendapatan pelaku usaha kue tradisional di Kelurahan Pinang Kencana. Kuesioner penelitian berisi indikator-indikator sesuai variabel.

### **3.4. Populasi dan Sampling**

Populasi adalah daerah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2017: 118).

#### **1. Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2017) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha industri kecil menengah yang memiliki usaha pangan di Kelurahan Pinang Kencana. Setelah dilakukan pengambilan di Kelurahan Pinang Kencana dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kota Tanjungpinang, didapatkan hasil bahwa jumlah pelaku usaha pangan di Kelurahan Pinang Kencana adalah sebanyak 92 usaha.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Pada penelitian ini digunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* dimana penentuan sampel dilakukan dengan pertimbangan tertentu. Penentuan sampel ini ditarik atas pertimbangan tentang pelaku usaha kue tradisional, dari data pelaku usaha pangan di Kelurahan Pinang Kencana yang berjumlah 92, pelaku usaha yang menjalankan usaha kue tradisional di Kelurahan Pinang Kencana berjumlah 28 pelaku usaha. Maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebesar 28 pelaku usaha kue tradisional di Kelurahan Pinang Kencana.

### 3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan definisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari suatu variabel-variabel yang akan diteliti dan mencakup indikator-indikator yang ada pada masing-masing variabel. Operasionalisasi (variabel) adalah proses mendefinisikan variabel dengan tegas, sehingga menjadi faktor-faktor yang dapat diukur (Sugiyono, 2014).

**Tabel 3.1**

Tabel Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
1.	Promosi (X1)	Promosi adalah sarana yang digunakan perusahaan untuk memberi informasi, membujuk	1. Pesan Promosi 2. Media	1, 2 dan 3 4, 5 dan 6	Likert

		dan mengingatkan konsumen secara langsung atau tidak langsung tentang produk atau merek yang dijual (Philip Kotler & Keller, 2016).	Promosi 3. Waktu Promosi 4. Frekuensi Promosi Menurut Kotler & Keller (2016)	7 dan 8  9 dan 10	
2.	Lokasi Usaha (X2)	Lokasi adalah kegiatan perusahaan untuk menjual produk dengan harga terjangkau dan tersedianya target pasar (Philip Kotler & Armstrong, 2018)	1. Ketersediaan lahan parkir 2. Memiliki tempat yang cukup luas 3. Lokasi dilalui banyak alat transportasi 4. Lokasi yang strategis Menurut Fure (2013).	11 dan 12  13 dan 14  15 dan 16  17 dan 18	Likert
3.	Pendapatan (Y)	Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut (Sukirno dalam Prisilia dkk,	1. Biaya pendapatan perhari 2. Biaya pendapatan perbulan 3. Kecukupan dalam pembiayaan	19 dan 20  21 dan 22  23 dan 24	Likert

		2019)	kebutuhan sehari-hari Menurut Sukirno dalam Livia Tinneke Olly (2020)	
--	--	-------	---	--

*Sumber : Data Sekunder yang diolah (2020)*

### Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap pendapatan dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala likert menggunakan empat tingkatan adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.2**

Skala Pengukuran Variabel

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber : Sugiyono (2017)*

### 3.6. Teknik Pengolahan Data

#### 1. *Editing*

Setelah melakukan pengumpulan data, peneliti perlu untuk membaca kembali apakah data yang dikumpulkan dapat dianalisis atau tidak. Kemudian peneliti juga perlu membaca kembali butir-butir pertanyaan yang ada pada kuesioner agar dapat memastikan jawaban telah terlengkapi atau belum (Nasehudin & Gozali, 2012). Untuk itu *editing* digunakan dalam penyusunan proposal ini agar data yang terkumpul tidak meragukan ataupun terhindar dari kesalahan.

#### 2. *Coding*

*Coding* sama artinya dengan pemberian kode, yang mana berkaitan dengan pengolahan data ketika memakai komputer. Oleh karena itu, pada saat mengelola data seluruh variabel diberikan kode (Arikunto, 2013).

#### 3. *Scoring*

*Scoring* merupakan tahap pemberian skor dengan cara pembuatan klasifikasi serta kategori dari kesesuaian antara jawaban dari kuesioner dengan tanggapan responden. Dalam menjawab kuesioner responden hanya membuat tanda silang terhadap jawaban yang disediakan peneliti. Dibawah ini akan digambarkan mengenai pilihan jawaban serta bobot nilai yang akan diberikan peneliti, yaitu:

- |                       |               |
|-----------------------|---------------|
| a. SS (Sangat Setuju) | Diberi skor 4 |
| b. S (Setuju)         | Diberi skor 3 |
| c. TS (Tidak Setuju)  | Diberi skor 2 |

- d. STS (Sangat Tidak Setuju)                      Diberi skor 1

#### 4. *Tabulating*

Tahap terakhir dalam mengolah data yaitu tabulating. Definisi tabulating yaitu data yang disajikan berbentuk tabel agar setiap orang yang membaca laporan penelitian mudah dalam memahaminya (Nasehudin & Gozali, 2012).

### 3.7. **Teknik Analisis Data**

Setelah peneliti telah mendapatkan keseluruhan data yang diperlukan, maka selanjutnya dilakukan analisis data. Analisis data didefinisikan oleh Fatahudin (2015) sebagai suatu proses dalam melakukan penyusunan secara sistematis terhadap data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, kuesioner, dan lainnya dengan cara melakukan pengorganisasian data tersebut ke dalam kategori, menjabarkannya ke tiap-tiap unit, memilih bagian mana yang penting untuk dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini mempergunakan analisis kuantitatif yang menggunakan statistik, serta pengujian pada penelitian ini mempergunakan SPSS versi 26.

Untuk mencari keterkaitan antara variabel-variabel pada model dalam penelitian ini, data yang terkumpul akan dianalisis dengan regresi linear untuk analisis *variable dependent* dipengaruhi oleh *variable independent*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terbagi dari uji *multikolinearitas*, uji *heterokedastisitas* dan uji *normalitas*, dan ada juga uji

analisis linear berganda serta juga menggunakan uji hipotesis yaitu uji T (uji secara parsial), uji F (uji secara simultan) dan uji koefisien determinasi.

### **3.7.1 Uji Kualitas Data**

#### **3.7.1.1. Uji Validitas**

Menurut (Sunyoto, 2011) uji validitas memiliki fungsi sebagai alat ukur atas sah atau validnya suatu kuesioner. Pada metode validitas dan reliabilitas, rujukan untuk pengambilan keputusan valid maupun tidaknya suatu item dapat dilakukan dengan melihat nilai seluruh item alpha ( $\alpha$ ), jika :

- a. Pada tingkat signifikan 5% nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.
- b. Pada tingkat signifikan 5% nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid (Sunyoto, 2011).

#### **3.7.1.2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk pengukuran terhadap kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, apabila jawaban responden terhadap pertanyaan dilakukan secara konsisten, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan reliabel (Sunyoto, 2011). Suatu variabel atau konstruk dapat dikatakan reliabel jika nilai dari *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $>$  0,60 (Sunyoto, 2011).

### **3.7.2 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.7.2.1. Uji Normalitas**

Menurut (Priyatno, 2017) uji normalitas residual digunakan dalam menguji apakah nilai residual yang telah dihasilkan melalui regresi terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang dikatakan baik ialah yang mempunyai nilai residual dan terdistribusi secara normal. Jika asumsi tersebut dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid serta statistik parametrik tidak bisa digunakan. Pengujian normalitas penelitian ini menggunakan grafik histogram dan gambar P-plot, yang mana dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a. Jika data menyebar dari garis diagonal dan mengikuti garis diagonal serta grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka regresi akan memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal hingga grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **3.7.2.2. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut (Ghozali, 2013), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika variance dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homokedastisitas

atau tidak terjadi heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

### **3.7.2.3. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi merupakan pengujian dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya maupun nilai periode sesudahnya.

Menurut (Priyatno, 2017), autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode tertentu  $t$  dengan residual pada periode sebelumnya ( $t-1$ ), model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW-test).

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji DW menurut Danang Sunyoto (2013) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW dibawah -2 atau  $DW < -2$
- b. Tidak terjadi autokorelasi jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau  $-2 < DW < +2$
- c. Terjadi autokorelasi negative jika nilai DW diatas 2 atau  $DW > 2$

### **3.7.2.4. Uji Multikolinearitas**

Menurut (Sunyoto, 2011) multikolinearitas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati kesempurnaan antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas digunakan untuk

mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Syarat yang lain terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.

Pada suatu penelitian terdapat beberapa metode uji multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan Inflation Faktor (VIF) pada model regresi atau dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak. Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas yaitu mempunyai nilai(VIF) kurang dari 10 dan mempunyai angka Tolerance lebih dari 0,10.

### 3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Darwanto dan Subagyo dalam (Sunyoto, 2011), uji regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Rumus dalam regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

Persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Pendapatan

$X_1$  = Promosi

$X_2$  = Lokasi Usaha

$a$  = Konstanta (apabila nilai  $X$  sebesar 0, maka  $Y$  akan sebesar  $a$  atau konstanta)

$b_1, b_2$  = Koefisien regresi (Nilai peningkatan atau penurunan)

$e$  = Error/residu

### 3.7.4 Uji Hipotesis

#### 3.7.4.1. Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Priyatno, 2017) uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen apakah mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak. Dalam penelitian ini promosi dan lokasi usaha adalah variabel independen dan pendapatan adalah variabel dependen.

Rumus  $t$  hitung pada analisis regresi adalah :

$$T_{hitung} = \frac{B_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan:

$B_i$  = Koefisien regresi variabel  $i$

$S_{b_i}$  = Standar error variabel  $i$

Hasil uji  $t$  dapat dilihat pada output *coefsiens* dari hasil analisis regresi linear berganda diatas tingkat signifikan menggunakan 0,001 ( $\alpha=5\%$ ). Kriteria pengujian adalah :

- a.  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$
- b.  $H_0$  ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$

#### **3.7.4.2. Uji Simultan (Uji F)**

Uji F berguna untuk mendapatkan hasil apakah secara simultan variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Tingkat kepercayaan dalam hal ini ialah 0,05. Dapat dikatakan adanya pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen jika nilai  $f$  yang dihitung hasilnya lebih besar dari nilai  $f$  berdasarkan tabel Suyono (2018).

#### **3.7.5 Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Ghozali dalam Suyono (2018) mengatakan bahwa uji koefisien determinasi untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Uji Koefisien determinasi juga digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap dependen. Nilai koefisien determinasi ialah antara 0 dan 1, jika nilai koefisien determinasi semakin tinggi maka kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel dependen juga akan tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Pratiwi, Astika. 2016. *“Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Argosari Wonosari”*.
- Arsyalizi, Fika Virliana & Paryoto. 2020. *“Upaya melestarikan kue papais sebagai kue tradisional khas Cirebon”*.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Prihatminingtyas, Budi. 2019. *“Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Landungsari”* dalam Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Volume 7 (Hal 147-154).
- Priyatno, Duwi. 2017. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi .
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Satu Nusa.
- Ratna, Dewi & Sri Hartini. 2020. *“Pengaruh Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea (Survei pada Pengunjung Kedai Mie Korea)”* dalam Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen Volume 2 (Hal 31-42).
- Dery Fauzan. (2011). *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Sembako di Pasar Besar Kota Malang”*. Ekonomi.
- Fatahudin. (2015). *Metode Penelitian Untuk Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* (Zifatama (ed.)).
- Hadita. (2019). *The Effect of Location and The Promotion Mix On Visitors Interest: The Case of Muara Beting Beach and The Forest of Mangrove Muara Gembong Bekasi*.
- Heri Parasuhanda dkk. (2016). *Pengaruh Promosi, Lokasi dan Cita Merek Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepatu Boenot UMKM Kisaran*.

- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kristiastuti dan Afifah. (2015). *Pengetahuan Dasar Kue Indonesia dan Minuman Indonesia*. Unesa.
- Mariani dkk. (2014). *Pengaruh Budaya, Sub Budaya, Kelas Sosial dan Persepsi Kualitas Terhadap Perilaku Keputusan Pembelian Kue Tradisional Oleh Mahasiswa di Surabaya*.
- Meiriska dkk. (2019). *Inventarisasi Kue Tradisional di Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi*. *Kapita Selekta Geografi*, 2, 73–85.
- Ni Made Dwi dkk. (2016). *Effect of Equity and Income Business Location Against Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tabanan (Loan Capital as an Intervening Variable)*. *International*, 9.
- Nurhayati. (2018). *Inventarisasi Makanan Tradisional Jawa Serta Alternatif Pengembangannya*. <http://eprints.uny.ac.id/id/eprint/23355>
- Nasehudin, T. S., & Gozali, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV PUSTAKA SETIA.
- Novi Nur dkk. (2019). *Penganekaragaman Kue Basah Tradisional Berbasis Tepung Premix*. *Tata Boga*, 8, 99–109.
- Novia Sari dkk. (2020). *Pengaruh Modal, Lokasi dan Jam Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang di Wisata Pantai Selat Baru Kecamatan Bantan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. *Syariah Dan Ekonomi Islam*, 1.
- Nur Isni. (2016). *Pengaruh Modal, Lokasi dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman*. *Ekonomi*.
- Nuraida dkk. (n.d.). *Pengaruh Modal, Promosi dan Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Fst Food*. *Ekonomi*, 2020.
- Pramesti, G. (2016). *Statistika lengkap Lengkap Secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23*. Elex Media Komputindo.
- Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Penerbit Andi.

- Prisilia dkk. (2019). *Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Langowan Timur*. Berkala Ilmiah Efisiensi, 19.
- Palacio, R. D., Negret, P. J., Velásquez-Tibatá, J., & Jacobson, A. P. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 8–21.
- Rijaluddin Al-Asyrof. (2020). *Pengaruh Promosi dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Kerupuk Ikan di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi*.
- R. Soediro Mangundjojo. (2011). *Sosial Ekonomi Masyarakat*. Direktorat Jendral.
- Siti Fatimah. (2013). *Kue Tradisional Anti Gagal*. Gramedia Pustaka Utama.
- Siti Turyani dkk. (2019). *Pengaruh Modal Sendiri, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Teknologi, Lama Usaha dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Wonosobo)*. 1.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. CAPS.
- Tjiptono. (2011). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono & Diana. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup! Plus : Contoh Spesifik Riset Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan, Strategi Mewujudkan Kepuasan Pelanggan*. CV Andi Offset.
- Ummi Praditasari. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang di Pasar Sidodadi (Kleco) Kota Surakarta*. Ekonomi Dan Bisnis.
- Yayat M. Herujito. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. PT. Grasido.

## **CURICULUM VITAE**



Nama : Baity Sartika  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat Tanggal Lahir : Tanjungpinang, 27 Mei 1999  
Status : Belum Menikah  
Agama : Islam  
Email : baitysartika27@gmail.com  
Alamat : Jalan Nuri Indah Gg. Merak No 24  
Pekerjaan : Belum Bekerja  
Pendidikan : - TK Hangtuah II Tanjungpinang  
- MI Negeri Tanjungpinang  
- MTs Negeri Tanjungpinang  
- SMK Negeri 1 Tanjungpinang  
- STIE Pembangunan Tanjungpinang