

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Menara Kudus merupakan salah satu wisata budaya atau religi yang ada di Kabupaten Kudus. Disebut wisata religi karena di belakang Menara Kudus terdapat makam Sunan Kudus, dimana wisatawan biasa melakukan ziarah kubur. Tujuan utama pengunjung wisata Menara Kudus adalah ziarah. Mereka berkiriman doa, membaca tahlil, dan zikir untuk arwah Sunan Kudus. Namun, kegiatan wisata mereka tidak semata-mata terfokus pada *something to do* dengan tahlil dan berzikir di makam serta salat di masjid saja, tetapi juga melakukan *something to see* dan *something to buy*. *Something to see* yang dimaksud yaitu melihat keunikan dan keindahan pada arsitektur bangunan peninggalan sejarah masa Islam di sekitar wisata Menara Kudus tersebut. Sedangkan *something to buy* misalnya ingin membeli oleh-oleh seperti makanan khas Kudus (jenang), minuman, cinderamata, pakaian, dan lain-lain. Para pengunjung dapat membeli oleh-oleh di sekitar ke kios-kios sekitar wisata Menara Kudus. Dalam kawasan wisata Menara Kudus disepanjang kanan dan kiri jalan Menara dan Madurekso atau di sebelah utara dan selatan Menara Kudus terdapat pedagang-pedagang kios yang berjualan. Jadi, pengunjung dapat membeli oleh-oleh di sekitar objek wisata Menara Kudus. Ada beberapa pedagang kios, baik yang dikelola oleh Dinas Perdagangan maupun kepemilikan pribadi. Untuk menunjang kelancaran dalam berjualan, pedagang memiliki peralatan seperti etalase, meja, kursi, gantungan cinderamata, dan lain-lain.

Ada beberapa jenis dagangan yang dijual oleh pedagang wisata Menara Kudus, yaitu :

- a) Makanan ringan (oleh-oleh khas Kudus) seperti jenang, intip goreng, regginang, enting-enting, gula kacang, peyek, keripik.
- b) Makanan berat (warung makan) seperti nasi lodeh, sayur asem, sop kerbau, mi instan, dan lain-lain.

- c) Minuman seperti es teh, es dawet, mineral, dan sebagainya
  - d) Cenderamata seperti asbak, hiasan hasil kerajinan miniatur dari kayu, berbagai tas, gantungan kunci, tasbih, gelang, kalung, dan lain-lain.
  - e) Pakaian (*fashion*) seperti peci, jubah (gamis untuk laki-laki), baju koko, sarung, baju identitas Kudus, mukena, jilbab, dan lain-lain.
  - f) Lukisan kaligrafi dan figura.
2. **Gambaran Umum Subjek Penelitian**

Penelitian ini menggunakan data yang berasal dari kuesioner yang ditanyakan kepada pedagang wisata Menara Kudus berjumlah 55 pedagang. Analisa ini dinyatakan dalam bentuk tabel dari karakteristik responden. Analisis karakteristik responden ini digunakan untuk menelaah apakah ada perbedaan dalam penelitian atau tidak. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada alamat, jenis kelamin, dan usia. Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan gambaran yang bersumber dari subjek penelitian yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam melihat karakteristik responden yang didapat.

a. **Tabel 4.1 Alamat Responden**

		Alamat			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bae	2	3.6	3.6	3.6
	Gebog	3	5.5	5.5	9.1
	Jati	7	12.7	12.7	21.8
	Jekulo	2	3.6	3.6	25.5
	Kaliwungu	7	12.7	12.7	38.2
	Kota	32	58.2	58.2	96.4
	Mejorbo	2	3.6	3.6	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa responden yang berasal dari Kecamatan Kota memiliki jumlah yang paling banyak dibandingkan responden lain yaitu sebanyak 32 responden. Hal ini menunjukkan bahwa wisata Menara Kudus didominasi oleh pedagang yang berasal dari Kecamatan Kota karena dekat dengan lokasi wisata Menara Kudus yang sama-sama berada di Kecamatan Kota.

**b. Jenis Kelamin Responden**  
**Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden**

**Jenis\_Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	16	29.1	29.1	29.1
	perempuan	39	70.9	70.9	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa responden perempuan memiliki jumlah lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden laki-laki yaitu sebanyak 39 pedagang, sedangkan responden laki-laki sebanyak 16 pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih mendominasi dalam aktivitas perdagangan di tempat wisata religi khususnya wisata Menara Kudus karena proses perdagangan di tempat wisata responden perempuan lebih telaten dalam melayani pembeli.

**c. Usia Responden**  
**Tabel 4.3 Usia Responden**

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30	6	10.9	10.9	10.9
	31-40	6	10.9	10.9	21.8
	41-50	15	27.3	27.3	49.1
	51-60	20	36.4	36.4	85.5
	61-70	6	10.9	10.9	96.4
	71-80	2	3.6	3.6	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa responden yang berusia 51-60 (tahun) berjumlah paling banyak yaitu 20 responden. Sedangkan yang paling sedikit usia 71-80 (tahun) yaitu 2 responden. Dari hasil penelitian ini diketahui pedagang Menara Kudus paling banyak adalah usia 51-60 (tahun) dan 41-50 (tahun) dimana usia tersebut termasuk dalam usia produktif.

**B. Analisis Data**

**1. Uji Reliabilitas Instrumen**

Uji reliabilitas digunakan dengan tujuan sebagai pengukur konsistensi variabel penelitian yang telah

ditentukan dengan gejala yang sama dan dilakukan berulang kali. Penelitian dikategorikan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* > 0,60.<sup>1</sup>

Berikut hasil uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini :

**a. Harga (X1)**

**Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.732	3

Berdasarkan hasil dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* 0,732 yang artinya lebih dari 0,60. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga dinyatakan lolos uji reliabilitas dan dikatakan data normal.

**b. Inovasi Produk (X2)**

**Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.773	3

Berdasarkan hasil dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* 0,773 yang artinya lebih dari 0,60. Dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk dinyatakan lolos uji reliabilitas dan dikatakan data normal.

---

<sup>1</sup> Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 110.

c. Jumlah Pengunjung (X3)

**Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Jumlah Pengunjung (X3)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	3

Berdasarkan hasil dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* 0,792 yang artinya lebih dari 0,60. Dapat disimpulkan bahwa variabel Jumlah pengunjung dinyatakan lolos uji reliabilitas dan dikatakan data normal.

d. Pendapatan (Y)

**Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pendapatan (Y)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	5

Berdasarkan hasil dari tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* 0,726 yang artinya lebih dari 0,60. Dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan dinyatakan lolos uji reliabilitas dan dikatakan data normal.

Dari penyajian data pada tabel dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60 sehingga variabel X1, X2, X3, dan Y dapat dikategorikan “reliable”

2. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat ketepatan dan keakuratan dari data yang bersumber dari objek penelitian. Uji validitas ditentukan dengan cara melihat antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk kemudian dilakukan perbandingan dan dengan melihat nilai alpha 0,05. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pernyataan dinyatakan valid. Namun apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item

pernyataan dinyatakan tidak valid.<sup>2</sup> Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan r tabel dengan nilai alpha 0,05 serta diketahui  $df = n-2$ , maka  $df$  pada penelitian ini yaitu  $55-2 = 53$ , sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,2656. Uji validitas dapat dilakukan dengan bantuan SPSS. Berikut hasil uji validitas dari masing-masing instrument :

**a. Variabel Harga (X1)**

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)**

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	X1_Harga
X1.1	Pearson Correlation	1	.484**	.418**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000
	N	55	55	55	55
X1.2	Pearson Correlation	.484**	1	.567**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
X1.3	Pearson Correlation	.418**	.567**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
	N	55	55	55	55
X1_Harga	Pearson Correlation	.710**	.860**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

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

Berdasarkan pada tabel 4.8 dapat digambarkan bahwa jumlah keseluruhan sampel yang diobservasi pada penelitian ini (N) sejumlah 55 responden yang diperoleh hasil bahwa angka pearson correlation setiap item pernyataan variabel lebih besar dari rtabel sebesar 0,2656 sehingga data penelitian ini dikatakan valid dan dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

---

<sup>2</sup> Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Proses IBM SPSS* 19, 53.

**b. Variabel Inovasi Produk (X2)**

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X2)**

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2_Inovasi
X2.1	Pearson Correlation	1	.567 <sup>**</sup>	.439 <sup>**</sup>	.806 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	55	55	55	55
X2.2	Pearson Correlation	.567 <sup>**</sup>	1	.587 <sup>**</sup>	.866 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
X2.3	Pearson Correlation	.439 <sup>**</sup>	.587 <sup>**</sup>	1	.815 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	55	55	55	55
X2_Inovasi	Pearson Correlation	.806 <sup>**</sup>	.866 <sup>**</sup>	.815 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

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

Berdasarkan pada tabel 4.9 dapat digambarkan bahwa jumlah keseluruhan sampel yang diobservasi pada penelitian ini (N) sejumlah 55 responden yang diperoleh hasil bahwa angka pearson correlation setiap item pernyataan variabel lebih besar dari rtabel sebesar 0,2656 sehingga data penelitian ini dikatakan valid dan dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

c. Variabel Jumlah Pengunjung (X3)

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Jumlah Pengunjung**  
**(X3)**

**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3_Jumlah
X3.1	Pearson Correlation	1	.572**	.607**	.887**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55
X3.2	Pearson Correlation	.572**	1	.579**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55
X3.3	Pearson Correlation	.607**	.579**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55
X3_Jumlah	Pearson Correlation	.887**	.800**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55

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

Berdasarkan pada tabel 4.10 dapat digambarkan bahwa jumlah keseluruhan sampel yang diobservasi pada penelitian ini (N) sejumlah 55 responden yang diperoleh hasil bahwa angka pearson correlation setiap item pernyataan variabel lebih besar dari rtabel sebesar 0,2656 sehingga data penelitian ini dikatakan valid dan dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

**d. Variabel Pendapatan (Y)**

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan Pedagang (Y)**

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Y1	Pearson Correlation	1	.302*	.406**	.413**	.403**
	Sig. (2-tailed)		.025	.002	.002	.002
	N	55	55	55	55	55
Y2	Pearson Correlation	.302*	1	.254	.355**	-.152
	Sig. (2-tailed)	.025		.061	.008	.269
	N	55	55	55	55	55
Y3	Pearson Correlation	.406**	.254	1	.194	.239
	Sig. (2-tailed)	.002	.061		.157	.079
	N	55	55	55	55	55
Y4	Pearson Correlation	.413**	.355**	.194	1	.080
	Sig. (2-tailed)	.002	.008	.157		.559
	N	55	55	55	55	55
Y5	Pearson Correlation	.403**	-.152	.239	.080	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.269	.079	.559	
	N	55	55	55	55	55

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).  
\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan pada tabel 4.11 dapat digambarkan bahwa jumlah keseluruhan sampel yang diobservasi pada penelitian ini (N) sejumlah 55 responden yang diperoleh hasil bahwa angka pearson correlation setiap item pernyataan variabel lebih besar dari rtabel sebesar 0,2656 sehingga data penelitian ini dikatakan valid dan dapat dilakukan pengujian lebih lanjut.

**3. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah uji prosedur statistik yang digunakan untuk memeriksa apakah data yang diamati terdistribusi secara normal atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas sangat penting

dilakukan dalam analisis statistik karena banyak metode statistik parametik, seperti uji hipotesis parametik dan analisis regresi, mengasumsikan bahwa data berasal dari populasi terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, dengan menguji normalitas data, penelitian dapat menentukan apakah uji asumsi distribusi normal terpenuhi dan metode statistik yang tepat dapat digunakan.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini menggunakan *Tes Kolmogorov Smirnov*, berikut hasil dari uji normalitas.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.06125208
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.613
Asymp. Sig. (2-tailed)		.847

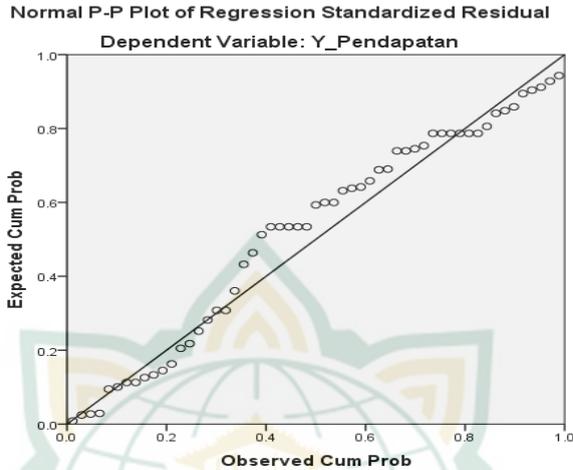
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel 4.12 menunjukkan bahwa hasil tes One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan nilai signifikan 0,847 maka dapat disimpulkan uji normalitas terdistribusi normal, karena nilai signifikan lebih dari 0,05. Uji normalitas juga dapat dilihat pada grafik Normal P-Plot sebagai berikut. Dari tabel dapat dilihat bahwa data terdistribusi normal ketika adanya titik-titik pada gambar menyebar mendekati (berdekatan) atau mengikuti garis diagonalnya.

<sup>3</sup> Smirnov N Kolmogorov, A., “*Sulla Determinazione Empirica Di Una Legge Di Distribuzione*” 4, no 1, 83–91.

**Gambar 4. 1 Grafik P-Plot**



**b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna melihat apakah terjadi ketidaksamaan varian pada residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam menggunakan uji glejser tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai sig > 0,05. Dan terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai sig < 0,05.<sup>4</sup> Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini :

**Tabel 4.13 Uji heteroskedastisitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.159	.849		2.543	.014
X1_Harga	-.040	.080	-.092	-.496	.622
X2_Inovasi	-.159	.093	-.380	-1.708	.094
X3_Jumlah	.092	.105	.231	.879	.384

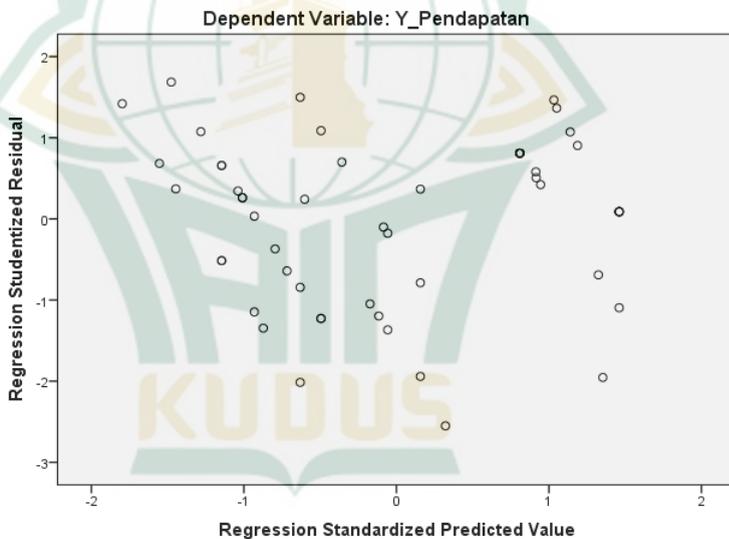
a. Dependent Variable: RES2

<sup>4</sup> Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 110

Dari data tabel 4.13 dapat dituliskan bahwa nilai sig dari variabel Harga 0,622 > 0,05, variabel Inovasi Produk 0,094 > 0,05 variabel Jumlah Pengunjung 0,384 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian penelitian ini dapat melakukan pengujian ketahap berikutnya.

Deteksi Heteroskedastisitas bisa dikerjakan dengan menggunakan metode *Scatter Plot* yang memplotkan nilai dari ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Apabila grafik tidak memiliki pola tertentu, berarti model yang didapatkan adalah baik. Hasil dari uji heteroskedastisitas bisa dilihat pada tabel berikut :

**Gambar 4. 2 Grafik Scatterplot**  
Scatterplot



Berdasarkan hasil dari grafik scatterplot yang ada dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ditemukan adanya beragam pola titik-titik yang menyebar dibawah angka nol pada garis sumbu Y. Pola ini menandakan tidak terjadinya heteroskedastisitas dalam model regresi sehingga model regresi bisa dimanfaatkan dalam menganalisis bagaimana pengaruh Harga, Inovasi Produk, dan Jumlah Pengunjung terhadap pendapatan pedagang.

**c. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas dilakukan guna melihat apakah ada korelasi antar variabel bebas di dalam regresi. Tidak terjadi gejala multikolonieritas apabila nilai VIF < 10 atau memiliki nilai toleransi > 0,1.<sup>5</sup> Berikut hasil uji multikolonieritas pada penelitian ini :

**Tabel 4.14 Uji multikolonieritas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.602	1.105		.545	.588		
X1_Harga	.267	.105	.159	2.544	.014	.528	1.894
X2_Inovasi	.340	.121	.210	2.804	.007	.366	2.733
X3_Jumlah	1.015	.136	.656	7.445	.000	.264	3.788

a. Dependent Variable: Y\_Pendapatan

Dari tabel 4.14 dapat diketahui bahwa hasil uji multikolonieritas dari penelitian ini menunjukkan tidak terjadi gejala multikolonieritas dikarenakan pada semua variabel memiliki nilai Tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10.

**4. Uji Hipotesis**

**a. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel Harga, Inovasi Produk, dan Jumlah Pengunjung terhadap Pendapatan Pedagang. Dari hasil pengujian didapatkan hasil :

---

<sup>5</sup> Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015) 115.

**Tabel 4.15 Nilai Koefisien Regresi**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.602	1.105		.545	.588		
	X1_Harga	.267	.105	.159	2.544	.014	.528	1.894
	X2_Inovasi	.340	.121	.210	2.804	.007	.366	2.733
	X3_Jumlah	1.015	.136	.656	7.445	.000	.264	3.788

a. Dependent Variable: Y\_Pendapatan

Dari tabel 4.15 didapatkan hasil persamaan regresi pengaruh harga, inovasi produk, dan jumlah pengunjung terhadap pendapatan pedagang :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = 0,602 + 0,267 X_1 + 0,340 X_2 + 1,015 X_3$$

Dari persamaan di atas pada variabel-variabel yang memberikan pengaruh terhadap Pendapatan Pedagang (Y), dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a) Nilai konstanta bernilai 0,602 yang menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel Harga, Inovasi Produk, dan Jumlah Pengunjung sebagai variabel independen yang mempengaruhi Pendapatan Pedagang sebagai variabel dependen, maka Pendapatan Pedagang (Y) akan mendapatkan nilai 0,602.
- b) Variabel Harga (X1) berpengaruh positif terhadap Pendapatan Pedagang (Y), dengan menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0.267, yang menandakan bahwa variabel Harga (X1) memiliki pengaruh searah dengan Pendapatan Pedagang (Y). jika variabel Harga (X1) meningkat satu satuan, maka Pendapatan Pedagang (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.267.
- c) Variabel Inovasi Produk (X2) berpengaruh positif terhadap Pendapatan Pedagang (Y), dengan menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0.340, yang menandakan bahwa variabel Inovasi Produk

(X2) memiliki pengaruh searah dengan Pendapatan Pedagang (Y). jika variabel Inovasi Produk (X2) meningkat satu satuan, maka Kesejahteraan Rumah Tangga (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.340.

- d) Variabel Jumlah Pengunjung (X3) berpengaruh positif terhadap Pendapatan Pedagang (Y), dengan menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 1,015, yang menandakan bahwa variabel Jumlah Pengunjung (X3) memiliki pengaruh searah dengan Pendapatan Pedagang (Y). jika variabel Jumlah Pengunjung (X3) meningkat satu satuan, maka Pendapatan Pedagang (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1,015.

**b. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi merupakan uji yang digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menerapkan variasi dari variabel dependen.<sup>6</sup> Semakin tinggi atau semakin mendekati angka 1 maka koefisien determinasi akan semakin baik. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini :

**Tabel 4.16 Hasil koefisien determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.946 <sup>a</sup>	.895	.889	.875

a. Predictors: (Constant), X3\_Jumlah, X1\_Harga, X2\_Inovasi

b. Dependent Variable: Y\_Pendapatan

Dari hasil koefisien determinasi di atas diketahui bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0.946. hal ini menunjukkan bahwa 94,6% Pendapatan Pedagang (Y) dipengaruhi oleh faktor Harga (X1), Inovasi Produk (X2), dan Jumlah Pengunjung (X3). Sisanya sebesar (100% - 94,6% = 5,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian.

---

<sup>6</sup> Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Proses IBM SPSS* 19, 87.

**c. Uji F**

Uji F merupakan uji yang dipergunakan sebagai alat untuk mengetahui pengaruh dari variabel X secara bersamaan terhadap variabel Y. hal ini ditentukan dengan cara membandingkan antara f hitung dengan f tabel. Jika f hitung > f tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka H4 diterima sehingga variabel X secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap variabel Y, begitupun sebaliknya.<sup>7</sup> Untuk mengetahui besar f tabel dapat ditentukan dengan menggunakan rumus  $f \text{ tabel} = F(k; n-k)$ , dimana k = jumlah variabel bebas dan n= jumlah sampel, maka  $F \text{ tabel} = (3; 55-3) = 3; 52$ , sehingga didapatkan nilai  $F \text{ tabel} = 2,78$ . Berikut adalah hasil uji F pada penelitian ini :

**Tabel 4.17 Hasil uji f**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334.313	3	111.438	145.606	.000 <sup>b</sup>
	Residual	39.032	51	.765		
	Total	373.345	54			

a. Dependent Variable: Y\_Pendapatan

b. Predictors: (Constant), X3\_Jumlah, X1\_Harga, X2\_Inovasi

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0 : harga, inovasi produk, dan jumlah pengunjung secara simultan tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang.

H4 : harga, inovasi produk, dan jumlah pengunjung secara simultan memiliki pengaruh terhadap pendapatan pedagang.

Dari tabel 4.17 dapat diketahui bahwa F hitung > F tabel (145.606 > 2.78). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga, Inovasi Produk, dan Jumlah Pengunjung secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap Pendapatan Pedagang. Sehingga H4 diterima dan H0 ditolak.

---

<sup>7</sup> Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Proses IBM SPSS* 19, 98.

**d. Uji t**

Uji t dilakukan guna mengetahui pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Jika t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), dan jika t hitung < t tabel dan nilai signifikansi > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak yang berarti bahwa tidak ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y.<sup>8</sup> Berikut hasil uji t dari pengaruh variabel Harga, Inovasi Produk, dan Jumlah Pengunjung Terhadap Pendapatan Pedagang :

**Tabel 4.18 Hasil Uji t**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.602	1.105		.545	.588		
	X1_Harga	.267	.105	.159	2.544	.014	.528	1.894
	X2_Inovasi	.340	.121	.210	2.804	.007	.366	2.733
	X3_Jumlah	1.015	.136	.656	7.445	.000	.264	3.788

a. Dependent Variable: Y\_Pendapatan

Berdasarkan pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa :

- 1) Uji t harga terhadap pendapatan pedagang  
 Berdasarkan penghitungan tabel 4.16 menunjukkan nilai t hitung 2.544 > t tabel 2,008 dan nilai signifikansi 0,014 < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa h1 diterima dan menandakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang.
- 2) Uji t inovasi produk terhadap pendapatan pedagang  
 Berdasarkan penghitungan tabel 4.16 menunjukkan nilai t hitung 2.804 > t tabel 2,008 dan nilai signifikansi 0,007 < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa h2 diterima dan menandakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang.

---

<sup>8</sup> Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Proses IBM SPSS* 19, 98.

- 3) Uji t jumlah pengunjung terhadap pendapatan pedagang  
Berdasarkan penghitungan tabel 4.16 menunjukkan nilai t hitung  $7.445 > t$  tabel 2,008 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa  $H_3$  diterima dan menandakan bahwa jumlah pengunjung berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang.

## C. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Harga Terhadap Pendapatan Pedagang pada industri pariwisata halal di wisata religi Sunan Kudus

Pada uji hipotesis pertama penelitian yang berlangsung, di uji menggunakan SPSS versi 20 hasil perhitungan dengan variabel pertama Harga diperoleh nilai t hitung  $2.544 > t$  tabel 2,008 dan nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$ , artinya variabel harga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pada industri pariwisata halal di wisata religi Sunan Kudus.

Harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, atau lebih dikenal dengan istilah 4P (*Price, Product, Place, dan Promotion*). Bagi pedagang, elemen harga menghasilkan pendapatan (*income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *product, place, dan promotion* menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh pedagang.<sup>9</sup> Harga sangat penting bagi perekonomian pedagang, karena harga sangat berperan dalam bisnis dan usaha yang dijalankan. Dengan kata lain, tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang yang dijual. Kualitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dengan pengadaan barang. Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap pendapatan. Semakin tinggi harga jual barang, maka semakin banyak laba yang diperoleh pedagang. Meskipun begitu, dari pengelola mempunyai kebijakan mengenai kontrol harga antar sesama pedagang

---

<sup>9</sup> Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13 Jilid 2 (Jakarta: Erlangga, 2009). 67

wisata Menara Kudus agar tidak merugikan pembeli. Ada penetapan harga dari pengelola, yakni pedagang tidak boleh menaikkan harga lebih dari Rp. 5.000/item dari harga pokok. Rata-rata pedagang akan menawarkan harga yang murah agar pembeli tertarik untuk membeli, walaupun laba yang diperoleh lebih sedikit. Hal ini dikarenakan faktor harga sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen selain faktor lain seperti pelayanan, promosi, dan lokasi. Oleh sebab itu, pedagang harus pintar dan tepat dalam menentukan harga jual produk yang dapat bersaing dengan harga produk pesaingnya. Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Gregorius, Heri, dan Pudjo (2021) yang dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap penambahan pendapatan.

## **2. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Pendapatan Pedagang pada industri pariwisata halal di wisata religi Sunan Kudus**

Pada uji hipotesis pertama penelitian yang berlangsung, di uji menggunakan SPSS versi 20 hasil perhitungan dengan variabel Inovasi Produk diperoleh nilai hitung  $2.804 > t$  tabel 2,008 dan nilai signifikansi  $0,007 < 0,05$ , berarti variabel Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pada industri pariwisata halal di wisata religi Sunan Kudus.

Inovasi produk meliputi kreatifitas pedagang dalam mencari produk baru, jasa, ide, dan atau proses baru. Inovasi bisa diartikan sebagai proses adaptasi produk, jasa, inspirasi, atau proses baik yang sudah terdapat dalam organisasi maupun yang dikembangkan dari luar organisasi. Secara umum, inovasi mempunyai makna proses mengadopsi “sesuatu” yang baru oleh siapapun yang mengadopsinya, dan menjadi proses membentuk produk baru.<sup>10</sup> Inovasi produk artinya membangun produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut. Inovasi produk harus bisa membangun

---

<sup>10</sup> Lena Ellitan Lina Anatan, *Manajemen Informasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia)* (Bandung: CV Alfabeta, 2009). 87

keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Menghadapi persaingan yang semakin kompetitif menuntut pedagang untuk mencari solusi dalam hal pengembangan strategi dan inovasi produk demi mempertahankan kelangsungan usaha.

Hal tersebut sudah diimplementasikan oleh pedagang di sekitar wisata religi Sunan Kudus yakni selalu melakukan inovasi produk dengan menambah varian dan kuantitas jenis dagangannya agar dapat menarik pelanggan dan menambah pendapatan yang diperoleh. Inovasi produk ini misalnya pedagang pakaian yang selalu *update* model sesuai dengan selera pembeli. Seperti pedagang batik khas Kudus, ataupun sarung motif yang mengikuti arus perkembangan jaman agar pembeli merasa tertarik. Inovasi produk merupakan gabungan dari berbagai macam proses yang saling berpengaruh antara satu dengan yang lain. Inovasi produk sebagai sebuah mekanisme pedagang untuk melakukan penyesuaian terhadap lingkungan secara dinamis. Pedagang dituntut untuk menciptakan gagasan dan pemikiran baru serta menawarkan produk yang inovatif terhadap peningkatan pelayanan yang bisa memuaskan pembeli.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ishak dan Khamdan Suriyok (2022) menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel pendapatan.

### **3. Pengaruh Jumlah Pengunjung Terhadap Pendapatan Pedagang pada industri pariwisata halal di wisata religi Sunan Kudus**

Pada uji hipotesis pertama penelitian yang berlangsung, di uji menggunakan SPSS versi 20 hasil perhitungan dengan variabel jumlah pengunjung diperoleh nilai  $t$  hitung  $7.445 > t$  tabel  $2,008$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti variabel Jumlah Pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pada industri pariwisata halal di wisata religi Sunan Kudus.

Pengaruh kunjungan wisatawan sangat berarti untuk pengembangan industri pariwisata dan akan berpengaruh

ke pendapatan pedagang. Banyaknya wisatawan yang berkunjung menjadikan sektor pariwisata, dalam hal ini adalah wisata religi Sunan Kudus berpotensi meningkatkan pendapatan pedagang sekitar wisata. Sebagai sumber penerimaan pendapatan, pariwisata tidak terlepas dari pengaruh jumlah pengunjung. Majunya sektor pariwisata disuatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang berkunjung. Semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung maka akan memberi dampak yang positif bagi daerah tujuan wisata terutama sebagai sumber pendapatan daerah dan sumber pendapatan masyarakat.<sup>11</sup>

Adanya kunjungan wisata disuatu tempat menyebabkan adanya suatu interaksi sosial antara masyarakat dengan pengunjung yang dapat mengakibatkan perubahan pola atau tata cara hidup masyarakat. Selain menimbulkan masalah aspek sosial juga berpengaruh pada aspek ekonomi yaitu terbentuknya peluang atau kesempatan kerja yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.<sup>12</sup> Selain itu, responden mengindikasikan bahwa dengan peningkatan jumlah pengunjung dapat membantu para pedagang dalam meningkatkan pendapatan dan dengan peningkatan pendapatan tersebut tentu akan meningkat pula tingkat kesejahteraan para pedagang.

Variabel Jumlah Pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pedagang pada industri pariwisata halal di wisata religi Sunan Kudus. Hal ini disebabkan karena pedagang merasa bahwa apabila jumlah kunjungan di Menara Kudus mengalami kenaikan, maka akan bernilai positif pada pendapatan mereka.

Penelitian kali ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Annur Hanafi Ahmad (2022) yang menyatakan bahwa jumlah pengunjung memberikan

---

<sup>11</sup> Femy Nadia Rahma dan Herniwati Retno Handayani, "Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah Objek Wisata Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Kudus," *Journal of Economics* 2, no. 02 (2013): 02.

<sup>12</sup> Shelly Ardianti, "Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Pendapatan Masyarakat Didesa Medawi, Kecamatan Pekutatan Kabupaten Jembrana Tahun 2012-2015," *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 9, no. 1 (2017): 20.

dampak positif terhadap peningkatan pendapatan pedagang. Pengaruh jumlah pengunjung sangat berarti untuk pengembangan industri pariwisata dan pendapatan sehingga banyak pengunjung dalam maupun luar daerah tertarik untuk berkunjung ke Menara Kudus.

#### **4. Pengaruh Harga, Inovasi Produk, dan Jumlah Pengunjung Terhadap Pendapatan Pedagang pada industri pariwisata halal di wisata religi Sunan Kudus**

Variabel independen pengujian F didapatkan F hitung senilai 145.606 dengan nilai sig 0,000. Dengan hasil ini dapat dijelaskan bahwasanya F hitung melebihi f tabel dengan skor  $145.606 > 2,78$  serta skor sig  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menjelaskan bahwasanya hipotesis  $H_0$  ditolak serta  $H_4$  diterima yang memiliki arti bahwa variabel independen yakni harga, inovasi produk, serta jumlah pengunjung secara bersamaan mempengaruhi Pendapatan Pedagang secara signifikan pada industri pariwisata halal di wisata religi Sunan Kudus. Sehingga dinyatakan bahwa hipotesis penelitian diterima.

Nilai koefisien determinasi menunjukkan 0,946 yang berarti bahwa 94,6% Pendapatan Pedagang dipengaruhi oleh Harga, Inovasi Produk, dan Jumlah pengunjung. Dan 5,4% dipengaruhi oleh variabel yang tidak ada dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Ishak dan Khamdan Suriyok (2022) dan Annur Hanafi Ahmad (2022) yang menunjukkan bahwa harga, inovasi produk, dan jumlah pengunjung bisa mempengaruhi pendapatan pedagang.