

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Sentra Industri Pakaian Kota Kudus

Industri merupakan salah satu faktor penyangga perekonomian di kabupaten kudus. Hal ini terbukti dengan sumbangan kontribusi PDRB terbesar dibandingkan sektor lain. Industri adalah kegiatan ekonomi mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi menjadi barang yang bermutu tinggi dalam penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayaannya. Di Kudus, usaha yang bergerak di sektor industri yang berperan sebagai penopang perekonomian di Kabupaten Kudus adalah industri pakaian atau disebut juga konveksi. Industri pakaian merupakan jenis usaha yang bergerak dibidang produksi pembuatan pakaian jadi. Industri pakaian yang berada di Kudus termasuk dalam industri kecil dan menengah, artinya usaha yang masih digerakkan oleh perseorangan atau termasuk industri rumahan.

Sentra industri adalah lokasi pemusatan kegiatan industri yang menghasilkan produk yang sejenis. Jadi, sentra industri pakaian merupakan sekumpulan industri yang menghasilkan atau memproduksi pakaian jadi. Sentra industri pakaian (konveksi) yang bergerak di kabupaten kudus terdapat di kecamatan Gebog tepatnya di desa Padurenan dan kecamatan Kaliwungu tepatnya di desa Kedungdowo.¹ Hal ini dapat dilihat dari adanya beberapa industri pakaian (konveksi) yang berada di sekitar wilayah tersebut.

Sentra industri pakaian di kecamatan kaliwungu mayoritas terletak di desa Kedungdowo, Kaliwungu, Kudus. Desa kedungdowo merupakan desa sentral di kecamatan Kaliwungu dengan luas 308,277 hektar. Berdasarkan pembagian wilayah, desa ini dibagi menjadi 5 dusun yaitu dusun Jetak, dusun Tempel, dusun Tuwang, dusun Krajan, dan dusun Dukoh. Sentra industri pakaian di desa

¹ <http://kuduskab.bps.go.id>, diakses pada tanggal 16 juni 2019.

kedungdowo ini berdiri sejak sekitar 20 tahun yang lalu. Hal ini bisa dilihat dari semakin banyak nya konveksi baru yang berkembang. Sekitar belasan konveksi yang berada di desa Kedungdowo ini mayoritas bergerak di pakaian baju muslim. Berikut adalah daftar industri pakaian (konveksi) di desa Kecamatan Kaliwungu :

Tabel 4.1
Daftar Industri Pakaian
Kecamatan Kaliwungu

No	Nama Konveksi	No	Nama Konveksi
1.	Yunda Collection	12.	Indi Collection
2.	Warda Collection	13.	Zahra Collection
3.	Yolanda Collection	14.	Syu'aib Collection
4.	Dion Collection	15.	Goldman
5.	Widya Collection	16.	Rosyida Collection
6.	Trendmode Collection	17.	El Rasy Collection
7.	Najma Collection	18.	Chosy Collection
8.	Safira Collection	19.	Nur Lina Colletion
9.	NR Collection	20.	Al quds Collection
10.	Aro Collection	21.	Mona Collection
11.	Shella Collection	22.	Alvano Collection

Sumber : data primer yang diolah

Selain di kecamatan Kaliwungu yang berada di desa Kedungdowo sentra industri pakaian di Kudus juga berada di desa Padurenan, Gebog, Kudus berdiri sekitar 20 tahun yang lalu terletak di 8 km dari kabupaten kota Kudus. Di desa Padurenan, terdapat industri pakaian (konveksi) yang berdekatan dan memproduksi barang yang sejenis seperti pakaian busana muslim, baju koko, seragam sekolah, dan pakaian anak. Berikut adalah daftar industri pakaian (konveksi) di desa Kecamatan Gebog :

Tabel 4.2
Daftar Industri Pakaian
Kecamatan Gebog

No	Nama Konveksi	No	Nama Konveksi
1.	Yuanis Collection	11.	Diva Collection
2.	Oviena Collection	12.	Chiliya Collection
3.	UQ Tsuraya	13.	Elvous Collection
4.	Ita Collection	14.	Seva Collection
5.	Herman Collection	15.	Barbara Collection
6.	Salsa Collection	16.	Lida Jaya Collection
7.	Diena Collection	17.	VikingCollection
8.	Hafidz Collection	18.	Iqbal Fashion
9.	Dinar Collection	19.	Miniline
10.	Nada Collection	20.	Nisa Collection

Sumber : *data primer yang diolah*

Selain berkontribusi dalam perekonomian, sentra industri pakaian juga berperan bagi lingkungan sosial yaitu dapat mengurangi pengangguran di masyarakat sekitar. Adanya industri rumahan ini dapat meningkatkan pendapat di masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhannya, masyarakat yang semula tidak mempunyai pekerjaan sekarang mempunyai pekerjaan sebagai karyawan di salah satu indsutri pakain (konveksi) tersebut. Hal ini di paparkan oleh beberapa karyawan yang mayoritas tetangga dari konveksi tersebut.

2. Wirausaha Sentra Industri Pakaian Kota kudus

Wirausaha atau wirausahawan yang dalam bahasa inggris disebut *entrepreneur* adalah orang yang melakukan aktivitas usaha yang dicirikan berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi, menyusun manajemen operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya. Jadi, wirausaha sentra industri pakaian adalah sekelompok orang yang melakukan aktivitas usaha dalam hal pengadaan barang dibidang industri pakaian atau produksi pakaian jadi. Dalam hal ini, pemilik dari industri pakaian ini adalah mayoritas perempuan. Selain mempunyai bakat dalam desainnya perempuan umumnya ulet dan sabar dalam menggelutinya.

Wirausaha atau pemilik industri pakaian (konveksi) berperan penting dalam pengoperasian konveksi terutama dalam hal permodalan dan pemasarannya. Produksi pakaian jadi dalam industri rumahan di Kudus mayoritas memproduksi pakaian muslim terutama pakaian wanita. Untuk proses pemasarannya, hasil produksi pakaian ini telah sampai ke berbagai daerah seperti Semarang, Surakarta, Surabaya, Jakarta bahkan Sumatra. Untuk dijual eceran, industri ini tidak melayani karena hasil produksi akan dikirim ke tempat-tempat tersebut dengan total yang cukup banyak. Untuk pemasaran di dalam daerah diutamakan ke pasar Kliwon Kudus.

B. Gambaran Umum Responden

Sebagaimana telah dikemukakan di dalam bab III, pengambilan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada 42 wirausaha sentra industri pakaian di Kudus sebagai responden dan kembali ke peneliti sebanyak 42 kuesioner. Sehingga data yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 42 responden. Karena setiap responden mempunyai karakteristik yang berbeda-beda maka perlu di analisis karakteristik masing-masing. Analisis karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama atau tidak. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi :

1. Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden wirausaha sentra industri pakaian di Kota Kudus dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah responden	Presesntase (%)
Laki-laki	18	42, 8 %
Perempuan	24	57,2 %
Jumlah	42	100 %

Sumber : *Data Primer yang diolah*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 42 responden wirausaha sentra industri pakaian mayoritas adalah perempuan yaitu sebanyak 24 responden atau 57,2 % sedangkan responden laki-laki sebanyak 18 responden atau 42,8 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah wirausaha sentra industri pakaian mayoritas perempuan.

2. Umur

Responden terpilih yang dikelompokkan berdasarkan umur terdiri dari empat kelompok yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah Responden	Presentase(%)
25-30 tahun	8	19,0 %
31-35 tahun	13	31,0 %
36-40 tahun	18	42,9 %
Lebih dari 40 tahun	3	7,1 %
Jumlah	42	100 %

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Dari tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 8 wirausaha atau 19,0 % yang berusia tahun 25-30 tahun, sebanyak 13 wirausaha atau 31,0 % yang berusia 31-35 tahun, sebanyak 18 wirausaha atau 42,9 % yang berusia 36-40 tahun, dan sebanyak 3 wirausaha atau 7,1 % yang berusia lebih dari 40 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini adalah berusia antara 36-40 tahun .

3. Pendidikan

Responden terpilih yang dikelompokkan berdasarkan pendidikan terdiri dari empat kelompok yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase (%)
SD	4	9,5 %
SMP	14	33,4 %
SMA/ SLTA	23	54,8 %
Sarjana	1	2,4 %
Jumlah	42	100 %

Sumber: *data primer yang diolah*

Dari tabel dapat diketahui bahwa sebanyak 4 wirausaha atau 9,5% yang berpendidikan SD, sebanyak 14 wirausaha atau 33,4% yang berpendidikan SMP, sebanyak 23 wirausaha atau 54,8% yang berpendidikan SMA, dan yang berpendidikan sarjana 2,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini adalah wirausaha sentra industri pakaian yang berpendidikan SMA.

C. Deskripsi Angket

Hasil dari masing-masing jawaban tentang fitur layanan, kemudahan, dan kebutuhan terhadap preferensi pinjaman online adalah sebagai berikut:

1. Variabel Fitur layanan

Hasil angket tentang fitur layanan adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 6
Hasil Angket Variabel Fitur Layanan

Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Q1X1	12	28,6	18	42,9	10	23,8	2	4,8	0	0
Q2X1	14	35,7	13	31,0	11	26,2	4	9,5	0	0
Q3X1	15	43,2	16	38,1	7	16,7	4	9,5	0	0

Sumber : *data primer yang diolah*

Berdasarkan data-data diatas dapat dijelaskan bahwa :

- Pada item 1, sebanyak 28,6 % responden menjawab sangat setuju, 42,9 % responden menjawab setuju, 23,8 % reponden menjawab netral, 4,8 % responden yang

menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.

- b. Pada item 2, sebanyak 35,7% responde menjawab sangat setuju, 31,0% responden menjawab setuju, 26,2% menjawab netral, 9,5% responden menjawab tidak setuju dan 0 % responden menjawab sangat tidak setuju
 - c. Pada item 3, sebanyak 43,2% responden menjawab sangat setuju, 38,1% responden menjawab setuju, 16,7% menjawab netral, 9,5% menjawab tidak setuju dan 0 % menjawab sangat tidak setuju.
2. Variabel Kemudahan

Hasil angket tentang kemudahan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Angket Variabel Kemudahan

Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Q1X2	15	35,7	12	28,5	10	23,8	5	11,9	0	0
Q2X2	16	38,1	14	33,4	9	21,4	3	7,1	0	0
Q3X2	13	30,9	20	47,6	9	21,4	0	0	0	0
Q4X2	10	31,0	17	40,5	11	26,2	4	9,5	0	0
Q5X2	7	16,7	21	50	11	26,2	3	7,1	0	0
Q6X2	8	19,1	20	47,6	12	28,6	2	4,8	0	0

Sumber : data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan data-data diatas dapat dijelaskan bahwa :

- a. Pada item 1, sebanyak 35,7% responden menjawab sangat setuju, 28,5 % responden menjawab setuju, 23,8% responden menjawab netral, 11,9 % responden menjawab tidak setuju dan 0 % responden menjawab sangat tidak setuju.
- b. Pada item 2, sebanyak 38,1% responden menjawab sangat setuju, 33,4% responden menjawab setuju, 21,4% responden menjawab netral, dan sebanyak 0% responden menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- c. Pada item 3, sebanyak 30,9% responden menjawab sangat setuju, 47,6% responden menjawab setuju, 21,4% responden menjawab

netral, 0% responden menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- d. Pada item 4, sebanyak 31,0% responden menjawab sangat setuju, 40,5% responden menjawab setuju, 26,2% responden menjawab netral, 9,5% responden menjawab tidak setuju dan 0% sangat tidak setuju.
- e. Pada item 5, sebanyak 16,7% responden menjawab, 50% responden menjawab setuju, 26,2% responden menjawab netral, 7,1% responden menjawab tidak setuju dan 0% menjawab sangat tidak setuju.
- f. Pada item 6, sebanyak 19,1% responden menjawab sangat setuju, 47,6% responden menjawab setuju, 28,6% responden menjawab netral, 4,8% responden menjawab tidak setuju dan 0% menjawab sangat tidak setuju.

3. Variabel Kebutuhan

Hasil angket tentang kebutuhan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Angket Variabel Kebutuhan

Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Q1X3	22	52,4	14	33,4	3	7,1	3	7,1	0	0
Q2X3	20	47,6	13	31,0	6	14,3	3	7,1	0	0

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan data-data diatas dapat dijelaskan bahwa :

- a. Pada item 1, sebanyak 52,4% responden menjawab sangat setuju, 33,4% responden menjawab setuju, 7,1% responden menjawab netral, 7,1% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
- b. Pada item 2, sebanyak 47,6% responden menjawab sangat setuju, 31,0% responden menjawab setuju, 14,3% responden menjawab netral, 7,1% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.

4. Variabel Preferensi Pinjaman Online

Hasil angket tentang fitur layanan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil jawaban responden variabel Y

Item Pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Q1Y	5	12,0	21	50	13	31,0	3	7,1	0	0
Q2Y	9	12,0	22	52,4	9	21,4	2	4,8	0	0
Q3Y	11	26,2	21	50	8	19,0	2	4,8	0	0

Sumber : data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan data-data diatas dapat dijelaskan bahwa :

- Pada item 1, sebanyak 12,0% responden menjawab sangat setuju, 50% responden menjawab setuju, 31,0% responden menjawab netral, 7,1% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
- Pada item 2, sebanyak 12,0% responden menjawab sangat setuju, 52,4% responden menjawab setuju, 21,4% responden menjawab netral, 4,8% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.
- Pada item 3, sebanyak 26,2% responden menjawab sangat setuju, 50% responden menjawab setuju, 19,0% responden menjawab netral, 4,8% responden menjawab tidak setuju dan 0% responden menjawab sangat tidak setuju.

D. Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang

membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka pertanyaan atau indikator dinyatakan valid.² Dalam kasus ini df dapat dihitung $42-2$ atau $df=40$ dengan α 0,05, maka didapat r_{tabel} 0,304. Hasil analisis validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
Fitur Layanan	Q1X1	0,722	0,304	Valid
	Q2X1	0,835		Valid
	Q3X1	0,825		Valid
Kemudahan	Q1X2	0,756	0,304	Valid
	Q2X2	0,671		Valid
	Q3X2	0,557		Valid
	Q4X2	0,833		Valid
	Q5X2	0,666		Valid
	Q6X2	0,779		Valid
Kebutuhan	Q1X3	0,920	0,304	Valid
	Q2X3	0,928		Valid
Preferensi Pinjaman Online	Q1Y	0,827	0,304	Valid
	Q2Y	0,907		Valid
	Q3Y	0,799		Valid

Sumber: *data primer yang diolah*

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua item memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pernyataan tersebut dinyatakan *valid*.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Untuk mengukur reabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (σ). Dengan

² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 52.

melihat tabel *reliability statistics*, maka akan diketahui nilai *Cronbach Alpha* dan jumlah item pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$).³

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach Alpha	Keterangan
Fitur Layanan	3 item	0,711	Reliabel
Kemudahan	6 item	0,805	Reliabel
Kebutuhan	2 item	0,828	Reliabel
Preferensi Pinjaman Online	3 item	0,798	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian, semua variabel yaitu fitur layanan (X1), Kemudahan (X2), Kebutuhan (X3), dan preferensi pemilihan Spinjaman online (Y) dapat dikatakan *Reliabel*.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui hubungan di antara variabel terjadi gejala multikolinearitas atau tidak. Uji multikolinearitas perlu dilakukan jika jumlah variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian lebih dari satu. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).⁴ Nilai *cutt off* yang umum dipakai untuk menunjukan adanya multikolonieritas

³ Haryadi Sarjono dan Winda Julianti, *SPSS vs LISRE: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, 45.

⁴ Haryadi Sarjono dan Winda Julianti, *SPSS vs LISRE: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, 70.

adalah nilai $tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Fitur Layanan	0,581	1,722
Kemudahan	0,600	1,667
Kebutuhan	0,812	1,232

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Hasil pengujian Multikolonieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai $tolerance$ variabel fitur layanan (X_1) = 0,581, Kemudahan (X_2) = 0,600 dan kebutuhan (X_3) = 0,812 dan VIF variabel fitur layanan (X_1) = 1,722, kemudahan (X_2) = 1,667 dan kebutuhan (X_3) = 1,232. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki $Tolerance$ kurang dari 0,10 dan tidak ada variabel bebas yang memiliki VIF lebih besar dari 10. jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah pada suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya).⁵ Autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Durbin-Watson (D-W test).

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi

Keofisien	Nilai
Durbin Watson	1,883
Du	1,661
Dl	1,306
4-du	2,338

Sumber: data primer yang diolah, 2019

Hasil pengujian autokorelasi yang dilakukan diketahui bahwa, nilai *Durbin-Watson* yang dihasilkan

⁵ Haryadi Sarjono dan Winda Julianti, *SPSS vs LISRE*, 80.

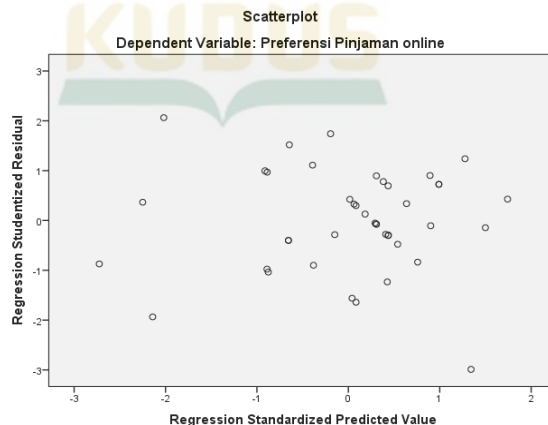
dari model regresi adalah 1,883 nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah responden 42 orang dan jumlah variabel bebas 3, maka diperoleh nilai $dL = 1,306$, nilai $dU = 1,661$ dan $4-Du = 2,338$ maka $dU < DW < 4-Du$ atau $1,661 < 1,883 < 2,338$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi pada model regresi

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot.⁶ Adapun dasar keputusannya adalah:

- 1) Apabila ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



⁶ Purbayu Budi Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*, 144.

Sumber : *data primer yang diolah menggunakan SPSS 24*

Berdasarkan grafik *Scaterplot* pada tabel diatas menunjukkan bahwa ada pola yang tidak jelas, serta ada titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedasitas.

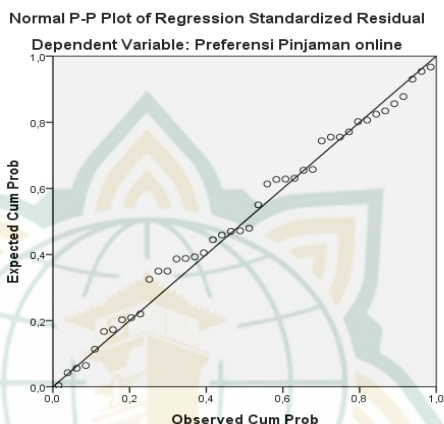
d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Salah satu pendekatan yang dilakukan untuk uji normalitas adalah menggunakan uji normal probability plot (P-P Plot). Adapun kriteria dalam uji normal probability plot adalah sebagai berikut :

- 1) Jika titik-titik atau data berada didekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Jika titik-titik menjauh atau tersebar dan tidak mengikuti garis diagonalnya maka hal ini menunjukkan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan program IBM SPSS *statistic* 24 dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas (P-P Plot of regression)



Sumber : data primer diolah menggunakan SPSS 24

Berdasarkan pada gambar 4.2, dapat dijelaskan bahwa garis diagonal dalam grafik ini menggambarkan keadaan ideal dari data yang mengikuti distribusi normal karena titik-titik disekitar garis adalah keadaan data yang diuji. Gambar diatas menunjukkan kebanyakan titik-titik berada sangat dekat dengan garis atau bahkan menempel pada garis, maka dapat disimpulkan data yang diperoleh mengikuti distribusi normal atau data berdistribusi normal.

Adapun langkah lain dapat dalam melakukan uji normalitas yaitu menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test*. Dasar pengambilan keputusan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0, 05 maka data penelitian berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0, 05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas menggunakan program IBM SPSS *Statistic* 24 dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut ini :

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		42
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,02473774
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,045
	Negative	-,082
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : data primer yang diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan pada gambar 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-Tailed) sebesar 0,200 artinya lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorav-Smirnov* diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi atau data penelitian berdistribusi normal.

3. Uji Statistik

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisian determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Semakin kecil nilai R^2 menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen memberikan dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, sebaliknya jika nilai R^2 mendekati satu berarti variabel-variabel independen

memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁷

Gambar 4.4
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,861 ^a	,741	,721	1,064	1,883

a. Predictors: (Constant), Kebutuhan, Kemudahan, Fitur Layanan

b. Dependent Variable: Preferensi Pinjaman online

Sumber : *Data primer yang diolah, 2019*

Berdasarkan hasil koefisien determinasi diatas dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai $R = 0,861^a$, hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas fitur layanan (X_1), kemudahan (X_2), dan kebutuhan (X_3) memiliki hubungan terhadap variabel terikat preferensi pinjaman online (Y). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang kuat.

Dari hasil analisis regresi linear berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan *R square* besarnya 0,741. Ini berarti variabel preferensi pinjaman online dapat dijelaskan oleh variabel fitur layanan, kemudahan, dan kebutuhan, yang diturunkan dalam model sebesar 74,1 % terhadap preferensi pinjaman online. Variasi preferensi pinjaman online (Y) bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen tersebut, jadi sisanya sebesar $(100\% - 74,1\% = 25,9\%)$ preferensi pinjaman online dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

b. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing

⁷ imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 97

variabel independen berhubungan secara positif atau negatif.⁸

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien
<i>Constant</i>	-0,102
Fitur Layanan	0,404
Kemudahan	0,210
Kebutuhan	0,231

Sumber: *data primer yang diolah*, 2019

Dari tabel diatas ditemukan persamaan regresi pengaruh fitur layanan, kemudahan, dan kebutuhan terhadap preferensi pinjaman online pada wirausaha sentra industri pakaian di kota Kudus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -0,102 + 0,404 X_1 + 0,210X_2 + 0,231X_3 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi preferensi pinjaman online dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta (a) adalah sebesar -0,102 artinya jika variabel bebas yaitu fitur layanan (X₁), kemudahan (X₂), dan kebutuhan (X₃) nilainya adalah nol, maka variabel terikat yaitu preferensi pinjaman online bernilai sebesar -0,102. Jika tidak ada variabel fitur layanan, kemudahan, dan kebutuhan maka pinjaman online tidak menjadi alternatif yang terpilih.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel fitur layanan (b₁) sebesar 0,404, artinya koefisien variabel fitur layanan bernilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara fitur layanan dengan preferensi pinjaman online.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel kemudahan (b₂) sebesar 0,210, artinya koefisien variabel kemudahan bernilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara fitur layanan dengan preferensi pinjaman online.

⁸ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 160.

- 4) Nilai koefisien regresi variabel kebutuhan (b_3) sebesar 0,231 artinya koefisien variabel fitur layanan bernilai positif sehingga terjadi hubungan positif antara kebutuhan dengan preferensi pinjaman online.

c. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji Statistik T)

Uji statistik T digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (variabel penjelas) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁹ Derajat signifikansi yang digunakan adalah 5% atau 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan, maka peneliti menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Namun, jika nilai signifikan lebih besar dari derajat kepercayaan, maka hipotesis suatu variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi. Selain menggunakan nilai signifikan, uji T juga dapat menggunakan t_{hitung} dan t_{tabel} . Apabila nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Hasil uji T dengan menggunakan program IBM SPSS *statistic* 24 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji T

Variabel	T_{hitung}	T_{tabel}	Sig.	Interpretasi
Fitur Layanan	4,415	2,024	0,000	Berpengaruh dan signifikan
Kemudahan	3,696	2,024	0,001	Berpengaruh dan signifikan
Kebutuhan	2,129	2,024	0,040	Berpengaruh dan signifikan

Sumber : data primer diolah oleh SPSS, 2019

Dalam penelitian ini, t_{tabel} pada *level of significance* (tingkat signifikan) α 5% atau 0,05 dapat diperoleh dengan cara $df = n - k - 1$ ($42 - 3 - 1 = 38$) dengan tingkat signifikansi 0,05. Dimana n adalah jumlah

⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, 98.

responden variabel dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi nilai t_{tabel} adalah 2,024.

1) Pengaruh Fitur layanan terhadap preferensi pinjaman online

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa, nilai t_{hitung} adalah 4,415 yang diperoleh dari $df = (n-k-1)$ yaitu $df = 42-3-1=38$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Ini berarti t_{hitung} lebih dari t_{tabel} ($4,415 > 2,024$ dan sig. lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh signifikan). Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh fitur layanan terhadap preferensi pinjaman online pada wirausaha sentra industri pakaian di Kudus.

2) Pengaruh kemudahan terhadap preferensi pinjaman online

Berdasarkan tabel diketahui bahwa, nilai t_{hitung} adalah 3,696 yang diperoleh dari $df = (n-k-1)$ yaitu $df = 42-3-1=38$ dengan tingkat signifikansi 0,001. Ini berarti t_{hitung} lebih dari t_{tabel} ($3,696 > 2,024$ dan sig. lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Maka, H_0 ditolak dan H_2 diterima (terdapat pengaruh signifikan). Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kemudahan terhadap preferensi pinjaman online pada wirausaha sentra industri pakaian di Kudus.

3) Pengaruh kebutuhan terhadap preferensi pinjaman online

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai t_{hitung} adalah 2,129 yang diperoleh $df = (n-k-1)$ yaitu $df = 42-3-1=38$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Ini berarti t_{hitung} lebih dari t_{tabel} ($2,129 > 2,024$ dan sig. lebih kecil dari 0,05 ($0,040 < 0,05$). Maka, H_0 ditolak dan H_3 diterima (terdapat pengaruh signifikan). Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kebutuhan terhadap preferensi pinjaman online pada wirausaha sentra industri pakaian di Kudus.

d. Uji Signifikansi Simultan(Uji statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah semua variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh p terhadap variabel terikat. Pengujian nilai F adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 4.16
Hasil Uji F

F_{hitung}	Signifikansi	Keterangan
36,291	0,000	Diterima

Sumber : *data primer diolah SPSS*, 2019

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha=0,05$ dan dengan derajat kebebasan $df1 = (k-1) = 4-1 = 3$ dan $df2 = (n-k) = 42-4 = 38$, dapat diperoleh nilai f tabel sebesar 2,85. Ini berarti f hitung lebih besar dari f tabel ($36,291 > 2,85$) dan sig lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh signifikan), yang artinya fitur layanan, kemudahan dan kebutuhan secara simultan berpengaruh terhadap preferensi pinjaman online pada wirausaha sentra industri pakaian di Kudus.

E. Pembahasan

1. Pengaruh fitur layanan terhadap preferensi pinjaman online wirausaha sentra industri pakaian di Kudus

Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi online atau tidak. Salah satu penyediaan fitur layanan untuk layanan keuangan adalah pinjaman online. Dimana, layanan keuangan berupa pinjaman akan membantu individu untuk memperoleh modal usaha atau pinjaman dengan praktis. Pinjaman online adalah fasilitas pinjaman uang oleh penyedia jasa keuangan yang beroperasi secara online.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, hasil koefisien regresi berganda diperoleh bahwa variabel fitur layanan sebesar 0,404. Artinya variabel fitur layanan mempunyai pengaruh terhadap preferensi pinjaman online sebesar 0,404. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika

tingkat fitur layanan mengalami kenaikan maka preferensi atau pilihan pinjaman online akan mengalami kenaikan sebesar 40,4%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara fitur layanan dengan preferensi pinjaman online, semakin lengkap fasilitas dalam fitur layanan maka akan semakin kuat preferensi wirausaha tentang pinjaman online.

Selanjutnya dapat dilihat dari hasil pengujian uji statistik, diperoleh uji t dimana fitur layanan berpengaruh terhadap preferensi pinjaman online karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,415 > 2,024$) dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara fitur layanan dengan preferensi pinjaman online wirausaha sentra industri pakaian di Kudus.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara fitur layanan dengan preferensi pinjaman online. Hal ini dapat dibuktikan dari jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju yaitu sebesar 42,9%. Hal ini didukung adanya indikator yang menjelaskan pinjaman online menjadi alternatif pinjaman dengan adanya informasi produk melalui aplikasi online. Sehingga preferensi wirausaha tentang pinjaman online akan semakin kuat dengan adanya fitur layanan untuk mengaskes pinjaman.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Adam Schmitt yang menyatakan bahwa fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi suatu produk, karena fitur menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk.¹⁰ Selanjutnya Menurut Kotler, preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada. Jadi, preferensi terhadap suatu produk jasa akan muncul dengan adanya akses layanan yaitu sebuah fitur layanan karena sebuah fitur menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk.

¹⁰ Setyo Ferry Wibowo dkk, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur layanan dan Kepercayaan terhadap Minat menggunakan E-Money", 445.

Selain itu, penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud (2015) tentang Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap minat menggunakan E-Money Card (Studi Pada pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card*. Hal ini karena fitur layanan merupakan salah satu faktor untuk mengakses layanan secara online.

2. Pengaruh kemudahan terhadap preferensi pinjaman online wirausaha sentra industri pakaian di Kudus

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, hasil koefisien regresi berganda diperoleh bahwa variabel kemudahan sebesar 0,210 Artinya variabel kemudahan mempunyai pengaruh terhadap preferensi pinjaman online sebesar 0,210. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika tingkat kemudahan mengalami kenaikan maka preferensi atau pilihan pinjaman online akan mengalami kenaikan sebesar 21,0%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kemudahan dengan preferensi pinjaman online, semakin besar kemudahan yang dirasa dalam menggunakan maka akan semakin besar preferensi wirausaha tentang pinjaman online.

Selanjutnya dapat dilihat dari hasil pengujian uji statistik, diperoleh uji t dimana kemudahan berpengaruh terhadap preferensi pinjaman online karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,696 > 2,024$) dengan tingkat signifikansi 0,001. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan dengan preferensi pinjaman online pada wirausaha sentra industri pakaian di kota Kudus.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kemudahan dengan preferensi pinjaman online. Hal ini dapat dibuktikan dari jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju yaitu sebesar 47,6%. Hal ini didukung adanya indikator yang menjelaskan preferensi pinjaman online menjadi alternatif pinjaman karena adanya kemudahan dalam

melakukan transaksi, sehingga preferensi wirausaha tentang pinjaman online akan semakin kuat karena mudahnya transaksi dalam pinjaman online tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kemudahan ini akan berdampak pada perilaku yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat-tingkat pemanfaatan teknologi informasi.¹¹ Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya, bahwa sistem informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Hal ini, dapat dilihat dari pengertian preferensi konsumen yang dalam kajian ekonomi terdapat empat pilihan rasional yaitu kelengkapan, transivitas, kontinuitas dan Lebih banyak lebih baik. Diamana dalam islam mengemukakan objek barang harus baik dan halal, kemanfaatan barang serta kuantitas barang yang digunakan.¹² Dengan adanya kemudahan penggunaan teknologi secara tidak langsung akan memunculkan gagasan atas suatu pilihan produk jasa tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelilian Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara (2018) tentang Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa pengguna *mobile banking* Universitas Brawijaya). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kemudahan penggunaan *mobile banking* berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa Brawijaya. Hal ini karena kemudahan termasuk faktor dalam melakukan transaksi secara online.

3. Pengaruh kebutuhan terhadap preferensi pinjaman online wirausaha sentra industri pakaian di Kudus

Kebutuhan adalah semua barang atau jasa yang dibutuhkan manusia demi menunjang segala aktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Untuk memenuhi kebutuhan yang cukup besar khususnya para wirausaha perlu untuk melakukan pinjaman. Pinjaman online adalah salah satu

¹¹ Jogiyanto, *H.M Sistem Informasi Keperilakuan*, 330.

¹² Nur Rianto Al Arif, *Teori Mikroekonomi*, 110.

alternatif untuk mendapatkan pinjaman dimana akan muncul pilihan suka atau tidak suka (preferensi) dengan adanya layanan jasa keuangan berbasis online.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, hasil koefisien regresi berganda diperoleh bahwa variabel kemudahan sebesar 0,321. Artinya variabel kebutuhan mempunyai pengaruh terhadap preferensi pinjaman online sebesar 0,321. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika tingkat kebutuhan mengalami kenaikan maka preferensi atau pilihan pinjaman online akan mengalami kenaikan sebesar 32,1%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kebutuhan dengan preferensi pinjaman online, semakin besar tingkat kebutuhan para wirausaha maka akan semakin besar keinginan wirausaha memilih alternatif pinjaman online.

Selanjutnya dapat dilihat dari hasil pengujian uji statistik, diperoleh uji T dimana kemudahan berpengaruh terhadap preferensi pinjaman online karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,129 > 2,024$) dengan tingkat signifikansi 0,040. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,040 < 0,05$). Sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kebutuhan dengan preferensi pinjaman online pada wirausaha sentra industri pakaian di kota Kudus.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kebutuhan dengan preferensi pinjaman online. Hal ini dapat dibuktikan dari jawaban responden yang mayoritas menjawab sangat setuju yaitu sebesar 52,4%. Hal ini didukung adanya indikator yang menjelaskan preferensi pinjaman online menjadi alternatif pinjaman karena kebutuhan akan terpenuhi dalam mengelola usaha sehingga preferensi wirausaha tentang pinjaman online akan semakin kuat karena kebutuhan akan terpenuhi.

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan perilaku yang timbul dalam diri seseorang dalam kerangka motivasi sebagai konsep manajemen didorong adanya suatu

kebutuhan (Wahjosumidjo:316).¹³ Kebutuhan yang ada pada diri seseorang mendorong seseorang berperilaku dan berorientasi pada tujuannya yaitu terpenuhi kebutuhannya. Melihat dari perkembangan teknologi yang semakin berinovasi kebutuhan dapat dilihat dari teori kebutuhan Mc Clelland yang menyatakan bahwa kebutuhan berprestasi merupakan keinginan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan efisien.¹⁴ Pinjaman online merupakan salah satu fasilitas yang menyediakan produk jasa keuangan untuk memenuhi kebutuhan dengan efektif dan efisien. Sehingga, jika ada keinginan wirausaha akan kebutuhannya yang terpaksa untuk mengembangkan sebuah usaha dengan efektif dan efisien maka akan muncul suatu pilihan alternatif untuk melakukan pinjaman online.

Hasil penelitian ini juga searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Hatane Samuel (2003) tentang Pengaruh Kebutuhan Terhadap Motif Penggunaan Kartu Debet Bank Central Asia (BCA) di Kalangan Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap motif seseorang dalam menggunakan kartu debet BCA.

¹³ Hatane Samuel, "Pengaruh Kebutuhan terhadap Motif Penggunaan Kartu Debet Bank Central Asia (BCA) di Kalangan Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya", *Jurnal manajemen dan Kewirausahaan* 5, No. 2 (2003 : 139), diakses pada tanggal 14 Februari 2019.

¹⁴ Nugroho J setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, 41.