

## ANALISIS REGRESI LOGISTIK ORDINAL DAN DISKRIMINAN UNTUK MEMPREDIKSI PENGARUH PELAYANAN, BARANG DAGANGAN DAN FASILITAS PASAR TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKAIAN DI PASAR TRADISIONAL BERINGHARJO YOGYAKARTA

Faisal Prabowo<sup>1</sup>, Rokhana Dwi Bekt<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Institut Sains & Teknologi AKPRIND, Jl.Bimasakti No.3, Pengok, Yogyakarta  
fst@akprind.ac.id

***Abstract.** Traditional markets are one form of economic society-based and is also one of the pillars of national economy in Indonesia. In the city of Yogyakarta beside the not too large namely 32 km<sup>2</sup>, some traditional markets deliberately maintained because be potential sources of revenue that could be used as shopping tourism as one of its premises such as the market Beringharjo located in the south of the way of the market questioned on the strategic. As one of the traditional markets that a favorite destination the outside and local tourists, Beringharjo market is expected to have good service, the merchandise that exactly what you expect consumers and are market facilities that is adequate to increase interest consumer expenditure. The method of analysis that used in this research was descriptive analysis, the ordinal of logistics analysis and analysis discriminant with 3 the independent variable and 1 dependent variable. The purpose of this research is to predict the influence of service, chamber of commerce and goods market facilities against pembe interest*

**Keywords:** *Regression Analysis Logistics Ordinal, Discriminant Analysis, Interest Purchase.*

**Abstrak** Pasar tradisional merupakan salah satu bentuk ekonomi kerakyatan dan juga merupakan salah satu pilar ekonomi nasional di Indonesia. Di Kota Yogyakarta dengan wilayah tidak terlalu luas yaitu 32 km<sup>2</sup>, beberapa pasar tradisional sengaja dipertahankan karena cukup potensial untuk dijadikan sebagai salah satu tempat wisata belanja seperti di Pasar Beringharjo yang letaknya cukup strategis di selatan Jalan Malioboro. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, regresi logistik ordinal dan analisis diskriminan menggunakan 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memprediksi pengaruh pelayanan, barang dagang dan fasilitas pasar terhadap minat pembelian. Hasil dari penelitian ini berdasarkan hasil uji Wald pada regresi logistik ordinal, variabel yang berpengaruh secara signifikan ( $\alpha=5\%$ ) terhadap minat pembelian di Pasar Tradisional Beringharjo adalah tingka kepuasan terhadap Pelayanan, Barang Dagang dan Fasilitas Pasar di Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta. Begitu juga pada analisis diskriminan, berdasarkan uji kesamaan rata-rata diketahui bahwa ketiga variabel tersebut signifikan berpengaruh pada minat membeli.

**Kata kunci:** *Regresi Logistik Ordinal, Analisis Diskriminan, Minat Pembelian.*

### 1. Pendahuluan

#### 1.1 Latar Belakang

Pasar Tradisional merupakan salah satu bentuk ekonomi kerakyatan dan juga merupakan salah satu pilar ekonomi nasional di Indonesia. Ketahanan dan kelangsungan hidup pasar tradisional akan berpengaruh terhadap kondisi perekonomian nasional. Berdasarkan data dari Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Tahun 2010, jumlah pasar tradisional di Indonesia mencapai 13.450 pasar dengan jumlah pedagang sekitar 12,6 juta orang. Dari data tersebut belum termasuk jumlah untuk pemasok/suplayer, buruh gendong, tukang becak, dan petugas parkir yang tentunya juga banyak beraktivitas di pasar tradisional. Sungguh merupakan jumlah yang cukup besar sehingga tidaklah berlebihan ketika ada pernyataan bahwa pasar tradisional merupakan salah satu pilar perekonomian di Indonesia.

Di Kota Yogyakarta dengan wilayah tidak terlalu luas yaitu 32 km<sup>2</sup>, beberapa pasar tradisional sengaja dipertahankan karena cukup potensial untuk dijadikan sebagai salah satu tempat wisata belanja seperti di Pasar Beringharjo yang letaknya cukup strategis di selatan Jalan Malioboro. Dalam konteks persaingan global, mempertahankan pasar tradisional dianggap tindakan yang tepat karena roda perekonomian rakyat tetap bisa berjalan dan memberi peluang kepada pedagang kecil untuk tetap melanjutkan usahanya.

Setiap usaha haruslah dapat membuat suatu strategi pemasaran yang tepat dan dapat membuat suatu perencanaan untuk dapat bersaing dimasa sekarang dan akan datang semua itu harus mengacu pada orientasi konsumen yaitu dengan mempelajari segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Karena konsumen merupakan titik sentral perhatian bagi pedagang artinya pedagang harus berorientasi konsumen. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi kelangsungan hidup usaha sebagai lembaga yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pedagang harus mengetahui, memahami dan mengerti sifat, kebiasaan serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat pembelian konsumen untuk memilih suatu produk yang dibeli, karena tanpa itu semua pedagang tidak akan mengetahui apa yang dapat dilakukan guna memenuhi keinginan konsumennya. Beberapa faktor yang mempengaruhi terhadap minat pembelian konsumen adalah pelayanan, barang dagangan dan fasilitas pasar. Pelayanan ialah aktivitas yang ditawarkan atau diberikan oleh sebuah lembaga kepada tamu atau pembeli sebagai penghargaan maupun penghormatan. Diharapkan dengan kualitas pelayanan (service quality) yang baik maka minat beli akan tercapai. Barang dagangan ialah barang barang yang akan dijual kepada konsumen oleh pedagang guna mendapatkan keuntungan, Dengan barang dagangan yang sesuai terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen maka daya beli konsumen akan meningkat. Fasilitas pasar ialah segala sesuatu yang bisa mempermudah upaya serta memperlancar pelaksanaan segala sesuatu kegiatan perdagangan dipasar.

Sebagai salah satu pasar tradisional yang menjadi destinasi wisatawan luar maupun lokal, Pasar Beringharjo diharapkan memiliki pelayanan yang baik, barang dagangan yang sesuai harapan konsumen dan fasilitas pasar yang memadai untuk meningkatkan minat belanja konsumen. Tuntutan ini adalah mutlak agar tercipta sebuah loyalitas konsumen yang kelak akan menjadi asset yang berharga bagi pihak pedagang Pasar Beringharjo. Oleh karena itu diperlukan suatu konsep berwawasan konsumen dimana Pasar Tradisional Beringharjo memusatkan perhatian penuh terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen mereka. Apabila konsumen merasa puas akan baiknya kualitas yang diberikan Pasar Tradisional Beringharjo secara otomatis minat beli konsumen akan muncul dari dalam diri. Keuntungan tersendiri akan diperoleh apabila minat beli konsumen tergolong tinggi.

Regresi Logistik adalah model regresi nonlinier yang digunakan untuk menganalisis pola hubungan antara sekumpulan variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) bertipe kategorik atau kualitatif. Kategori dari variabel dependen dapat terdiri atas dua kemungkinan nilai (dichotomous), seperti ya/tidak sukses/gagal dan lain-lain, atau lebih dari dua kemungkinan (polychotomous), seperti sangat tidak setuju, tidak setuju dan setuju. Dan Analisis diskriminan adalah salah satu teknik statistik yang bisa digunakan pada hubungan dependensi (hubungan antarvariabel dimana sudah bisa dibedakan mana variabel respon dan mana variabel penjelas). Lebih spesifik lagi, analisis diskriminan digunakan pada kasus dimana variabel respon berupa data kualitatif dan variabel penjelas berupa data kuantitatif. Analisis diskriminan bertujuan untuk mengklasifikasikan suatu individu atau observasi ke dalam kelompok yang saling bebas (mutually exclusive/disjoint) dan menyeluruh (exhaustive) berdasarkan sejumlah variabel penjelas. oleh sebab itu berdasarkan latar belakang di atas maka muncul pemikiran mengenai skripsi yang berjudul "Analisis Regresi Logistik Ordinal Dan Diskriminan Untuk Memprediksi Pengaruh Pelayanan, Barang Dagang dan Fasilitas Pasar terhadap Minat Pembelian Pakaian di Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta"

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo?
2. Bagaimana persamaan model regresi logistik ordinal dan diskriminan pengaruh faktor yang mempengaruhi minat pembelian?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat pembelian di Pasar Tradisional Beringharjo?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik dari pembeli di Pasar Tradisional Beringharjo.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pembelian di Pasar Tradisional Beringharjo.
3. Mengaplikasikan model analisis regresi logistik ordinal dan diskriminan melihat pengaruh pelayanan, barang dagangan dan fasilitas pasar terhadap minat pembelian di Pasar Tradisional Beringharjo.

## 2. Metode

### 2.1. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori metode penelitian kuantitatif, dikarenakan menggunakan data penelitian yang berupa angka-angka dan analisis dengan menggunakan metode statistik. Sementara Sifat penelitian ini adalah penelitian asosiatif interaktif, yaitu penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan yang saling mempengaruhi antara variabel dalam populasi.

### 2.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta. jl. Margo Mulyo No.16, Ngupasan, Kec. Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55122.

### 2.3. Metode Pengumpulan Data

Data pada penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dengan menyebar kuisioner kepada responden yang berada di Pasar Tradisional Beringharjo. Teknik pengambilan sampel pada peneliti ini adalah metode Probability sampling yaitu menggunakan teknik simple random sampling.

Jumlah minimum sampel ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{25000(0,1)^2 + (1,96)^2(0,5)^2}$$

$$n = 96$$

Dengan :

$\alpha = 0,05$

$P = 0,5$

$d = 0,1$

$Z_{1-\alpha/2} = 1,96$

Pengumpulan data dilakukan pada hari Sabtu, 13 Juli 2019 hingga hari minggu, 21 Juli 2019. Dari perhitungan diatas didapatkan minimum sampel penelitian adalah 96. Namun dalam penelitian ini sampel dibulatkan menjadi 100 sampel.

### 2.4. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen : Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan, barang dagang dan fasilitas pasar di Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta.

2. Variabel Dependen : minat pembelian di Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta.

Skala data yang digunakan adalah skala Likert sebagai berikut :

- Sangat Tidak Setuju                      diberi skor 1
- Tidak Setuju                                diberi skor 2
- Setuju                                         diberi skor 3
- Sangat setuju                                diberi skor 4

## 2.5. Tahap Analisis

Langkah-langkah analisis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Melakukan pemilihan variabel penelitian dan pemilihan tempat pengambilan data.
2. Menyebarkan kuisisioner ke pada responden yang berada di Pasar Tradisional Beringharjo.
3. Melakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.
4. Melakukan Analisis Deskriptif.
5. Melakukan Uji Multikolinearitas.
6. Melakukan Analisis Regresi Logistik Ordinal.
7. Melakukan Analisis Diskriminan.
8. Melakukan Interpretasi Model
9. Pengambilan Kesimpulan.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1. Data Penelitian

Data penelitian didapat dengan cara membagikan kuesioner kepada 100 responden di Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta. Atribut-atribut yang dianalisis yaitu 3 variabel independen yaitu pelayanan (X1), barang dagang (X2), fasilitas pasar (X3) dan 1 variabel dependen yaitu minat pembelian (Y).

### 3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada item-item pertanyaan untuk melihat korelasi antar pertanyaan dari kuisisioner dan melihat kekonsistenan kuisisioner. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan melakukan survei kepada 100 konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta.

#### 3.2.1. Uji Validitas

Uji validitas menggunakan rumus korelasi *Product moment pearson* dan diolah menggunakan SPSS. Total responden yang akan diuji adalah 100 responden konsumen Pasar Tradisional Beringharjo. Hipotesis yang akan diuji adalah:

$H_0$  : Tidak adanya korelasi antar pertanyaan kuisisioner.

$H_1$  : Adanya korelasi antar pertanyaan kuisisioner.

Taraf kepercayaan yang akan digunakan adalah 95% ( $\alpha = 0,05$ ). Pengujian validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel atau dengan membandingkan nilai  $sig$  dengan nilai  $\alpha$ . Apabila hasil pengujian menunjukkan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, berarti ada korelasi ( $H_0$  ditolak) atau pernyataan memiliki validitas. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS maka didapatkan hasil uji validitas yang terdapat pada Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1. Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	Korelasi	Sig	R	Ket
----------	------------------	----------	-----	---	-----

				tabel	
Variabel Pelayanan (X1)	Keramahan	0,707	0,000	0,195	VALID
	Pelayanan Cepat	0,860	0,000		
	Bantuan	0,587	0,000		
	Penawaran	0,758	0,000		
	Garansi	0,749	0,000		
	Kebersihan	0,664	0,000		
	Komunikasi	0,848	0,000		
	Kerapian Pedagang	0,441	0,000		
Variabel Barang Dagang (X2)	Up to date	0,756	0,000		
	Bahan	0,778	0,000		
	Harga	0,586	0,000		
	Ukuran	0,644	0,000		
	Jenis Pakaian	0,686	0,000		
Variabel Fasilitas Pasar (X3)	Toilet Umum	0,854	0,000		
	Lahan Parkir	0,794	0,000		
	Jaringan Telekomunikasi	0,843	0,000		
	Jaringan Listrik	0,777	0,000		
	Kondisi Bangunan	0,892	0,000		
	Pemadam Kebakaran	0,794	0,000		
	Pos Keamanan	0,836	0,000		
	Akses Jalan	0,895	0,000		
	ATM	0,792	0,000		
	Pusat Informasi	0,829	0,000		

Hasil pengujian uji validitas untuk setiap butir pertanyaan pada 3 variabel yang dinilai yaitu  $X_1$  = pelayanan,  $X_2$  = barang dagangan, dan  $X_3$  = fasilitas pasar di Pasar Tradisional Beringharjo diketahui nilai korelasi semua butir pertanyaan lebih besar dari r tabel dengan (0,195) sehingga keputusannya adalah  $H_0$  ditolak. Kesimpulan dari uji validitas adalah bahwa ada keterkaitan pada setiap butir pertanyaan di kuisioner.

### 3.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dari 100 responden konsumen Pasar Tradisional Beringharjo. Menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Hipotesis yang akan diuji adalah:

$H_0$  : Kuisioner tidak bisa memberikan hasil yang konsisten sebagai alat ukur survei.

$H_1$  : Kuisioner bisa memberikan hasil yang konsisten sebagai alat ukur survei/

Hasil pengujian uji reliabilitas menggunakan SPSS yang terdapat pada Tabel 3.2 berikut

Tabel 3.2. Uji Reliabilitas

Variabel	Alfa Cronbcach's	Keputusan
X1	0,853	Valid
X2	0,726	Valid
X3	0,949	Valid

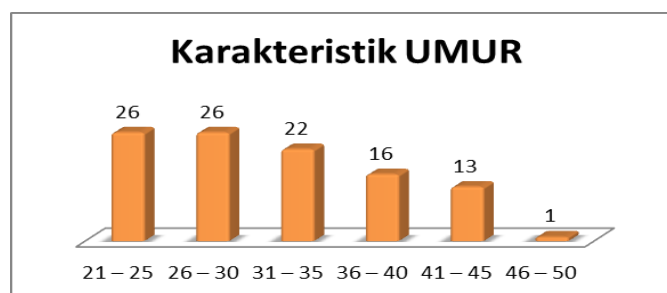
Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas didapat nilai *cronbach's alpha* kuisioner  $X_1, X_2, X_3$  adalah 0,855; 0,723; 0,944 Nilai ini lebih besar dari standar minimal agar kuisioner dapat dijadikan alat ukur yaitu 0,7. Keputusan yang diambil adalah  $H_0$  ditolak. Kesimpulannya adalah kuisioner yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo dapat dijadikan alat ukur yang *reliability* dan memberikan hasil yang konsisten.

### 3.3. Deskripsi Responden

Deskripsi responden dalam penelitian ini meliputi umur, jenis kelamin, tempat tinggal, tujuan, kunjungan, pendidikan, pekerjaan, pendapatan perbulan dan pengeluaran perbulan.

#### 3.3.1 Karakteristik Umur

Karakteristik umur dapat diketahui melalui statistika deskriptif. Analisis ini untuk memudahkan gambaran secara sederhana terhadap data rentang umur konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo terdapat pada Gambar 3.1 berikut :

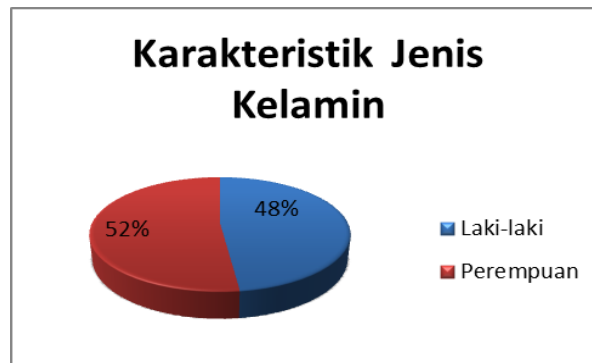


Gambar 3.1. Karakteristik Umur

Berdasarkan Gambar 3.1, menjelaskan bahwa karekteristik umur responden pada rentang 21-25 yaitu sebanyak 26 orang (26%), umur 26-30 sebanyak 22 orang (22%), umur 31-35 sebanyak 22 orang (22%), umur 36-40 sebanyak 16 orang (16%), umur 41-45 sebanyak 13 orang (13%), dan umur 46-50 sebanyak 1 orang (1%).

#### 3.3.2 Karakteristik Jenis Kelamin

Karakteristik jenis kelamin dapat diketahui melalui statistika deskriptif. Analisis ini untuk memudahkan gambaran secara sederhana terhadap data jenis kelamin konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo terdapat pada Gambar 3.2 berikut :

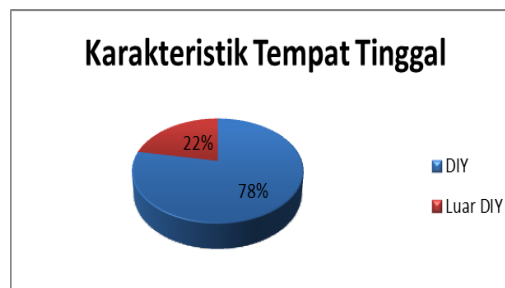


Gambar 3.2. Karakteristik Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 3.2, menjelaskan bahwa karakteristik responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 48 orang (48%), dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 52 orang (52%).

### 3.3.3 Karakteristik Tempat Tinggal

Karakteristik tempat tinggal dapat diketahui melalui statistika deskriptif. Analisis ini untuk memudahkan gambaran secara sederhana terhadap data tempat tinggal konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo terdapat pada Gambar 3.3 berikut

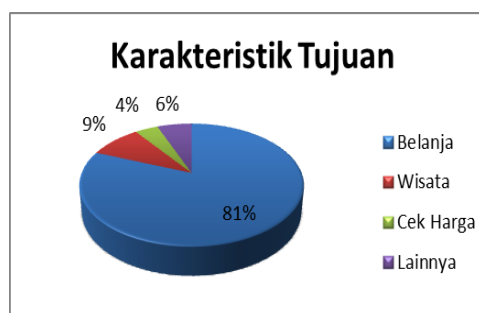


Gambar 3.3. Karakteristik Tempat Tinggal

Berdasarkan Gambar 3.3, menjelaskan bahwa karakteristik responden yang bertempat tinggal di DIY yaitu sebanyak 78 orang (78%), dan yang bertempat tinggal diluar DIY sebanyak 22 orang (22%).

### 3.3.4 Karakteristik Tujuan

Karakteristik tujuan ke Pasar Beringharjo dapat diketahui melalui statistika deskriptif. Analisis ini untuk memudahkan gambaran secara sederhana terhadap data tujuan ke Pasar Beringharjo konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo terdapat pada Gambar 3.4 berikut :

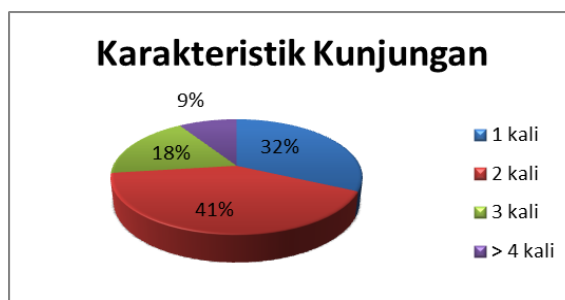


Gambar 3.4. Karakteristik Tujuan

Berdasarkan Gambar 3.4, menjelaskan bahwa karakteristik responden yang bertujuan ke Pasar Tradisional Beringharjo untuk belanja yaitu sebanyak 81 orang (81%), wisata sebanyak 6 orang (6%), cek harga sebanyak 4 orang (4%), dan lainnya sebanyak 6 orang (6%).

### 3.3.5 Karakteristik Kunjungan

Karakteristik dalam sebulan berapa kali mengunjungi Pasar Tradisional Beringharjo dapat diketahui melalui statistika deskriptif. Analisis ini untuk memudahkan gambaran secara sederhana terhadap data dalam sebulan berapa kali mengunjungi Pasar Tradisional Beringharjo konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo terdapat pada Gambar 3.5 berikut :

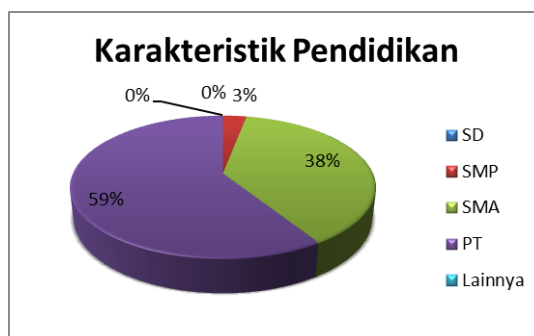


Gambar 3.5. Karakteristik Kunjungan

Berdasarkan Gambar 3.5, menjelaskan bahwa karakteristik responden yang mengunjungi Pasar Tradisional Beringharjo untuk 1 kali yaitu sebanyak 32 orang (32%), 2 kali sebanyak 41 orang (41%), 3 kali sebanyak 18 orang (18%), dan > 4 kali sebanyak 9 orang (9%).

### 3.3.6 Karakteristik Pendidikan

Karakteristik pendidikan dapat diketahui melalui statistika deskriptif. Analisis ini untuk memudahkan gambaran secara sederhana terhadap data pendidikan konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo terdapat pada Gambar 3.6 berikut :



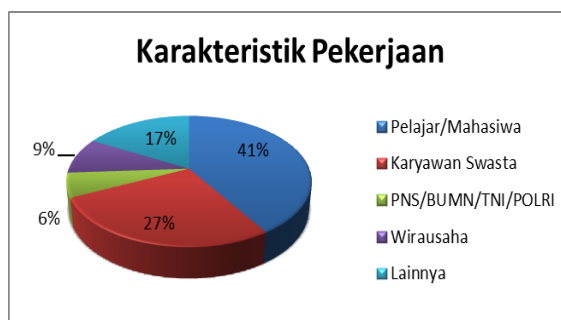
Gambar 4.3. Karakteristik Pendidikan

Berdasarkan Gambar 4.3, menjelaskan bahwa karakteristik responden yang berpendidikan SD yaitu sebanyak 0 orang (0%), berpendidikan SMP sebanyak 3 orang (3%), berpendidikan SMA sebanyak 38 orang (38%), berpendidikan perguruan tinggi sebanyak 59 orang (59%), dan berpendidikan lainnya sebanyak 0 orang (0%).

### 3.3.7 Karakteristik Pekerjaan

Karakteristik pekerjaan dapat diketahui melalui statistika deskriptif. Analisis ini untuk memudahkan gambaran secara sederhana terhadap data pekerjaan konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo terdapat pada Gambar 3.7 berikut :



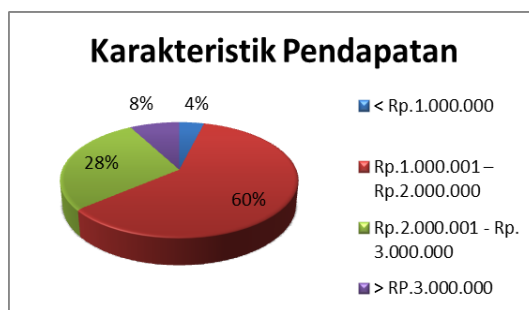


Gambar 3.7. Karakteristik Pekerjaan

Berdasarkan Gambar 3.7, menjelaskan bahwa karakteristik responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 41 orang (41%), yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 27 orang (27%), yang bekerja PNS/BUMN/TNI/POLRI sebanyak 6 orang (6%), yang bekerja wirausaha sebanyak 9 orang (9%), dan yang bekerja lainnya sebanyak 17 orang (17%).

### 3.3.8 Karakteristik Pendapatan

Karakteristik pendapatan dapat diketahui melalui statistika deskriptif. Analisis ini untuk memudahkan gambaran secara sederhana terhadap data pendapatan konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo terdapat pada Gambar 3.8 berikut :

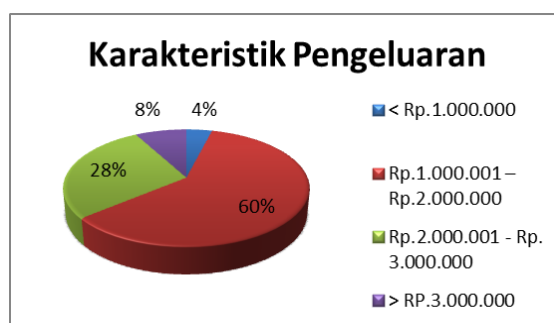


Gambar 3.8. Karakteristik Pendapatan

Berdasarkan Gambar 4.8, menjelaskan bahwa karakteristik responden dengan pendapatan < Rp.1.000.000 sebanyak 0 orang (0%), yang berpendapatan Rp.1.000.001 - Rp.2.000.000 sebanyak 41 orang (41%), yang berpendapatan Rp.2.000.001 - Rp.3.000.000 sebanyak 40 orang (40%), dan yang berpendapatan > Rp.3.000.000 sebanyak 19 orang (19%).

### 3.3.9 Karakteristik Pengeluaran

Karakteristik pengeluaran dapat diketahui melalui statistika deskriptif. Analisis ini untuk memudahkan gambaran secara sederhana terhadap data pengeluaran konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo terdapat pada Gambar 4.9 berikut :

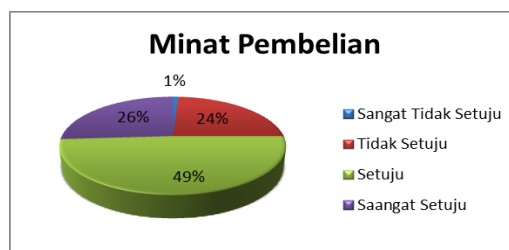


Gambar 3.9. Karakteristik Pengeluaran

Berdasarkan Gambar 3.9, menjelaskan bahwa karakteristik responden dengan pengeluaran < Rp.1.000.000 sebanyak 4 orang (4%), yang pengeluaran Rp.1.000.001 - Rp.2.000.000 sebanyak 60 orang (60%), yang pengeluaran Rp.2.000.001 - Rp.3.000.000 sebanyak 28 orang (28%), dan yang pengeluaran di atas Rp.3.000.000 sebanyak 8 orang (8%).

### 3.3.10 Minat Pembelian

Minat Pembelian dapat diketahui melalui statistika deskriptif. Analisis ini untuk memudahkan gambaran secara sederhana terhadap data minat pembelian konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo terdapat pada Gambar 3.10 berikut :



Gambar 3.10. Minat Pembelian

Berdasarkan Gambar 3.10, menjelaskan bahwa minat pembelian sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), tidak setuju sebanyak 24 orang (24%), yang setuju sebanyak 49 orang (49%), dan yang sangat setuju sebanyak 26 orang (26%).

### 3.4. Method Of Successive (MSI)

Pada penelitian ini hasil yang diperoleh dari jawaban kuesioner dengan menggunakan skala *linkert* adalah data ordinal. Agar data dapat dianalisis secara statistik maka data tersebut harus diubah menjadi data interval menggunakan *method of successive interval* (MSI) dengan software MS.Excel 2010 dengan add-in STAT97.

Data yang diolah dengan metode MSI ini adalah 23 pertanyaan kuisoner. Ke 23 pertanyaan tersebut pada akhirnya menjadi variabel independen dianalisis regresi logistik ordinal dan diskriminan. Berikut Tabel 3.3 adalah data yang telah di MSI kan:

Tabel 3.3 Data MSI

No.	X1 (Pelayanan)	Hasil MSI
1	1	1,000
2	2	2,089
3	1	1,000
4	2	2,089
5	2	2,089

### 3.5. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi pearson dilakukan untuk mengetahui kekuatan hubungan dan arah hubungan antar variabel. Hipotesis yang digunakan adalah berikut:

H<sub>0</sub>: Jika nilai r-hitung > r-tabel maka variabel bebas X<sub>1</sub> , X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> berkorelasi.

H<sub>1</sub>: Jika nilai r-hitung < r-tabel maka variabel bebas X<sub>1</sub> , X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> tidak berkorelasi.

Hasil perhitungan uji multikolinearitas menggunakan software SPSS 16 yang terdapat pada Tabel 3.4 berikut:

Tabel 3.4. Uji Multikolinearitas

	Pearson Correlation	Sig.
X1 - X2	0,840	0,000
X1 - X3	0,755	0,000
X2 - X3	0,766	0,000

Berdasarkan Tabel 4.4, diketahui bahwa perhitungan korelasi pearson antar variabel memenuhi kriteria yang ditentukan oleh nilai r-hitung > r-tabel (0,198) maka hubungan variabel pelayanan (X1), barang dagang (X2), dan fasilitas pasar (X3) dengan minat pembelian (Y) menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan berpola positif. Artinya semakin baik pelayan, barang dagang dan fasilitas pasar semakin tinggi minat pembelian konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo.

### 3.6 Model Regresi Logistik Ordinal

#### 3.6.1. Estimasi Parameter Model

Hasil pendugaan model regresi logistik ordinal Pelayanan, Barang Dagang dan Fasilitas di Pasar Tradisional Beringharjo terhadap Minat Pembelian dengan menggunakan software SPSS 16 yang terdapat pada Tabel 3.5 berikut :

Tabel 3.5. Model Regresi Ordinal

Parameter	Estimate	Wald	Sig
Threshold			
Pembelian Konsumen = 0	5,833	9,153	0,002
Pembelian Konsumen = 1	13,846	24,464	0,000
Pembelian Konsumen = 2	23,339	27,201	0,000
Location			
Palayanan (X1)	0,349	6,181	0,013
Barang Dagang (X2)	0,417	3,837	0,050
Fasilitas (X3)	0,455	16,691	0,000

Dari hasil output diatas dihasilkan persamaan regresi logistik sebagai berikut :

$$\text{Logit}(Y_1) = 5,833 + 0,349 X_1 + 0,417 X_2 + 0,455 X_3$$

$$\text{Logit}(Y_2) = 13,846 + 0,349 X_1 + 0,417 X_2 + 0,455 X_3$$

$$\text{Logit}(Y_3) = 23,339 + 0,349 X_1 + 0,417 X_2 + 0,455 X_3$$

Atau

$$P(Y \leq 0|x) = \pi_1(x) = \frac{\exp(5,833 + 0,349 X_1 + 0,417 X_2 + 0,455 X_3)}{1 + \exp(5,833 + 0,349 X_1 + 0,417 X_2 + 0,455 X_3)}$$

$$\pi_2(x) = P(Y = 1|x - x) = P(Y \leq 1|x - x) - P(Y \leq 0|x - x)$$

$$\pi_3(x) = P(Y = 2|x - x) = P(Y \leq 2|x - x) - P(Y \leq 1|x - x)$$

$$\pi_4(x) = P(Y = 3|x - x) = P(Y \leq 3|x - x) - P(Y \leq 2|x - x) = 1 - P(Y \leq 2|x - x)$$

#### 3.6.2. Uji Keباikan Model (Goodness of Fit)

Uji kebaikan model (Goodness of Fit) dilakukan untuk melihat apakah model regresi logistik ordinal yang didapat layak untuk digunakan. Berikut adalah hasil uji kebaikan model menggunakan uji metode Deviance, Berikut adalah hasil uji keberartian model menggunakan software SPSS 16 yang terdapat pada Tabel 3.6 berikut :

Tabel 3.6. Uji Keباikan Model

Uji	Chi Square	Sig
Pearson	112,072	1,000
Deviance	64,610	1,000

Hipotesis yang diuji adalah :

$H_0$  : model logit layak untuk digunakan

$H_1$  : model logit tidak layak digunakan

Diketahui nilai Chi- Square metode Deviance sebesar 64,610 dengan derajat bebas sebesar 291. Kriteria pengujianya adalah tolak  $H_0$  jika  $D > X^2_{(0,05;291)} = 299,68$  atau tolak  $H_0$  jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Nilai uji Deviance pada tabel diatas didapat bahwa nilai  $D = 64,610$  yang lebih besar dari 299,68 dan signifikansi sebesar 1,000 yang lebih dari 0,05 maka keputusan yang diambil adalah  $H_0$  tidak ditolak atau model logit yang didapat layak untuk digunakan.

### 3.6.3. Uji Keberartian Model

Uji keberartian model dilakukan dengan membandingkan model tanpa variabel prediktor. Berikut adalah hasil uji keberartian model menggunakan software SPSS 16 yang terdapat pada Tabel 3.7 berikut :

Tabel 3.7. Uji Statistik G

Model	-2log likelihood	Chi Square	Sig
Intercept only	217,668		
Final	64,610	153,058	0,000

Hipotesis yang akan diuji adalah  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_p = 0$  dan  $H_1$  : minimal terdapat salah satu  $\beta_p \neq 0$ . Diketahui hasil  $-2 \ln Likelihood$  model B (tanpa variabel prediktor) sebesar 217,668 dan hasil  $-2 \ln likelihood$  model A (dengan variabel prediktor) sebesar 64,610. Berdasarkan data tersebut maka diketahui nilai statistik G sebesar 153,058. Kriteria pengujian dilakukan dengan mengambil taraf nyata  $\alpha = 0,05$  dari tabel distribusi chi kuadrat diperoleh  $X^2_{(0,05;3)} = 7,81$ , karena nilai statistik G (153,058)  $> X^2_{(0,05;3)} = 7,81$  maka keputusannya tolak  $H_0$  dan terima  $H_1$ . Kesimpulannya adalah terdapat salah satu  $\beta_p \neq 0$

### 3.6.4. Uji Wald

Uji wald digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel respon secara parsial. Dalam pengujian ini menggunakan metode enter sehingga langsung diketahui variabel apa saja yang mempunyai pengaruh. Berikut adalah hasil uji wald menggunakan software SPSS 16 yang terdapat pada Tabel 3.8 berikut :

Tabel 3.8. Uji Wald

Parameter	Wald	Sig
Pelayanan (X1)	6,181	0,013
Barang Dagang (X2)	3,837	0,050
Fasilitas (X3)	16,691	0,000

Hasil pengujian parameter wald pada Tabel 4.7, diatas menjelaskan bahwa variabel pelayanan, barang dagang dan fasilitas pasar di Pasar Tradisional Beringharjo mempunyai pengaruh signifikan terhadap tingkat pembelian konsumen dikarenakan variabel-variabel tersebut mempunyai nilai signifikansi  $< \alpha (0,05)$  atau dengan kata lain  $H_0$  tolak jika  $Z^2 > X^2(\alpha, 1) = (3,84)$ .

### 3.6.5. Koefisien Determinasi Model

Besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi logistik ditunjukkan oleh nilai Mc Fadden, Cox dan Snell, Nagelkerke R Square. Tabel Determinasi dapat dilihat pada Tabel 3.9 berikut :

Tabel 3.9. Koefisien Determinasi

Pseudo R-Square
-----------------

Cox and Snell	0,784
Nagelkerke	0,884
McFadden	0,703

Tabel 3.9, Menunjukkan nilai koefisien determinasi Mc Fadden sebesar 0,703 sedangkan koefisien determinasi Cox dan Snell sebesar 0,784 dan koefisien determinasi Nagelkerke sebesar 0,884 atau sebesar 88,4%. Koefisien Nagelkerke sebesar 88,4% berarti variabel independen pelayanan ( $X_1$ ), barang dagang ( $X_2$ ), dan fasilitas pasar ( $X_3$ ) terhadap pembelian konsumen secara umum sebesar 88,4% sedangkan 11,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam pengujian model.

### 3.6.6. Interpretasi Model

Jika model regresi logistik ordinal telah diuji dan hasil modelnya baik dan signifikansinya nyata maka data tersebut dapat diinterpretasikan dengan menggunakan uji *odds ratio*.

1. Odds rasio pelayanan ( $X_1$ ) :  $\psi = e^{0,349} = 1,41$ . Hal ini dapat diartikan bahwa nilai pelayanan bertambah satu satuan di Pasar Tradisional Beringharjo maka kecenderungan minat pembelian naik sebesar 41%.
2. Odds barang dagang ( $X_2$ ) :  $\psi = e^{0,417} = 1,51$ . Hal ini dapat diartikan bahwa nilai barang dagang bertambah satu satuan di Pasar Tradisional Beringharjo maka kecenderungan minat pembelian naik sebesar 51%.
3. Odds rasio fasilitas ( $X_3$ ) :  $\psi = e^{0,455} = 1,57$ . Hal ini dapat diartikan bahwa nilai fasilitas bertambah satu satuan di Pasar Tradisional Beringharjo maka kecenderungan minat pembelian naik sebesar 57%.

### 3.6.7. Hasil Prediksi

Berdasarkan hasil analisis regresi ordinal yang didapatkan prediksi minat pembelian pada Tabel 3.10 berikut :

Tabel 3.10. Prediksi Minat Pembelian Ordinal

No.	X1	X2	X3	$\pi(X_0)$	$\pi(X_1)$	$\pi(X_2)$	$\pi(X_3)$	$\hat{Y}$	Y	Ket
1	12,606	8,546	17,830	0,00	0,10	0,90	0,00	2	2	Benar
2	14,752	7,519	15,679	0,00	0,17	0,83	0,00	2	2	Benar
3	12,603	8,546	12,240	0,00	0,58	0,42	0,00	1	1	Benar
4	18,119	7,253	23,943	0,00	0,00	0,96	0,04	2	2	Benar
5	17,160	8,546	16,731	0,00	0,04	0,96	0,00	2	2	Benar

### 3.7. Analisis Diskriminan

Analisis diskriminan merupakan analisis yang bertujuan mengklasifikasi individu atau observasi ke dalam kelompok yang terpisah berdasarkan sejumlah variabel independen. Analisis diskriminan dalam penelitian ini adalah analisis diskriminan dalam 4 grup.

#### 3.7.1. Uji Perbedaan Rata-rata Antar Grup

Test ini dipergunakan untuk menguji ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan antara konsumen yang merasa sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju dan sangat setuju terhadap minat pembelian di Pasar Tradisional Beringharjo, dengan melihat pengaruh dari setiap variabel pelayanan, barang dagang dan fasilitas pasar di Pasar Tradisional Beringharjo.

Tabel 4.11. Perbedaan Rata-rata Antar Grup

	Wilks Lambda	F	Sig
X1	0,314	69,989	0,000

X2	0,309	71,407	0,000
X3	0,268	87,309	0,000

- Hipotesis :  
 $H_0$  : Tidak ada perbedaan antar grup  
 $H_1$  : Ada perbedaan antar grup
- Statistik Uji  
Tingkat signifikan yang digunakan adalah  $\alpha = 0,05$
- Daerah Kritis :  $H_0$  ditolak jika nilai sig.  $> 0.05$
- Kesimpulan :  
Variabel pelayanan, barang dagang dan fasilitas, memiliki nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti minat pembelian dipengaruhi oleh pelayanan, barang dagang dan fasilitas.

### 3.7.2. Pembentukan Fungsi Diskriminan

Uji ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang dianalisis, variabel mana yang dapat dimasukkan (entered) dalam persamaan diskriminan. Dengan F hitung pada statistik, untuk mengetahui urutan pertahapan, dimulai dari yang memiliki angka tertinggi. Bagi variabel yang perolehan angka F nya tidak signifikan, tidak entered, berarti removed (dibuang).

Tabel 3.12. Pembentukan Fungsi Diskriminan

	Function		
	1	2	3
X1	0,139	0,098	0,365
X2	0,206	0,349	-0,509
X3	0,154	-0,202	-0,029
Constant	-7,157	-1,287	-0,279

Dari tabel di atas, dapat kita bentuk fungsi liniernya :

$$Z \text{ Score}_1 = -7,157 + 0,139X_1 + 0,206X_2 + 0,154X_3$$

$$Z \text{ Score}_2 = -1,171 + 0,098X_1 + 0,349X_2 - 0,202X_3$$

$$Z \text{ Score}_3 = -0,279 + 0,365X_1 - 0,509X_2 - 0,029X_3$$

### 3.7.3. Interpretasi Model Diskriminan

Setelah fungsi diskriminan diperoleh, kemudian melakukan pengujian klasifikasi fungsi diskriminan, selanjutnya akan dilihat seberapa besar klasifikasi tersebut tepat mengklasifikasikan kategori. Hal ini dapat dilihat pada output SPSS yang rinciannya dapat dilihat pada tabel 3.13.

Tabel 3.13 Tabel Classification Results<sup>b,c</sup>

**Classification Results<sup>a,b</sup>**

		Predicted Group Membership				Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Original	Count	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
		1	13	5	0	1
		6	4	41	3	24
		1	0	0	26	49
		0	0	0	26	26
%		100.0	0.0	0.0	0.0	100.0
		25.0	54.2	20.8	0.0	100.0
		2.0	8.2	83.7	6.1	100.0
		0.0	0.0	0.0	100.0	100.0
Cross-validated <sup>c</sup>	Count	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
		0	7	1	0	1
		1	4	41	3	24
		0	0	1	25	49
		0	1	0	0	26
%		0.0	100.0	0.0	0.0	100.0
		29.2	45.8	25.0	0.0	100.0
		2.0	8.2	83.7	6.1	100.0
		0.0	0.0	3.8	96.2	100.0

a. Cross validation is done only for those cases in the analysis. In cross validation, each case is classified by the functions derived from all cases other than that case.  
 b. 81,0% of original grouped cases correctly classified.  
 c. 77,0% of cross-validated grouped cases correctly classified.

Terlihat pada bagian original, konsumen yang pada data awal berada pada kategori tidak setuju dan setelah klasifikasi fungsi diskriminan tetap pada kategori tidak setuju sebanyak 13 orang. Sedangkan konsumen yang awalnya dengan model diskriminan berada pada kategori tidak setuju kemudian berubah menjadi kategori sangat tidak setuju sebanyak 6 orang, kemudian untuk pererubah menjadi kategori setuju sebanyak 5 orang, dan perubahan menjadi kategori sangat setuju sebanyak 0 orang. Begitu pula seterusnya dengan kategori yang lainnya.

Dengan demikian, ketepatan prediksi dari model adalah: 81% dan jika dilihat dari validasi silang (cross validated) angka tersebut lebih kecil yaitu 77%. Semakin tinggi nilai validasi termasuk cross-validated groups tentu semakin bagus, karena semakin tepat fungsi diskriminan membedakan keempat grup. Karena kedua angka tersebut bisa dianggap tinggi atau diatas 50% maka fungsi diskriminan yang telah dibentuk sudah layak digunakan untuk analisis diskriminan atau valid digunakan untuk menganalisis penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis regresi diskriminan yang didapatkan prediksi minat pembelian pada Tabel 3.14 sebagai berikut :

Tabel 3.14. Prediksi Minat Pembelian Diskriminan

No.	X1	X2	X3	Zscore1	Zscore2	Zscore3	$\hat{Y}$	Y	Ket
1	12,606	8,546	17,830	-0,895	-0,681	-0,534	2	2	Benar
2	14,752	7,519	15,679	-1,140	-0,394	0,834	2	2	Benar
3	12,603	8,546	12,240	-1,756	0,448	-0,375	1	1	Benar
4	18,119	7,253	23,943	0,546	-1,829	1,964	2	2	Benar
5	17,160	8,546	16,731	-0,431	-0,013	1,161	2	2	Benar

## 4. Kesimpulan

### 4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian mengenai “Analisis Regresi Logistik Ordinal Dan Diskriminan Untuk Memprediksi Pengaruh Pelayanan, Barang Dagang Dan Fasilitas Pasar Terhadap Minat Pembelian Pakaian Di Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta”, maka kesimpulannya adalah:

1. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan terhadap karakteristik pembeli di Pasar Tradisional Beringharjo sebagian besar berumur 21-30 tahun yaitu sebanyak 52%, berjenis kelamin sebagian besar perempuan sebanyak 52%, bertempat tinggal sebagian besar tinggal di DIY sebanyak 78%, dengan tujuan kepasar sebagian besar untuk belanja yaitu 81%, dan mengunjungi pasar rata rata sebanyak 2 kali dalam sebulan sebanyak 41%, dengan pendidikan sebagian besar adalah perguruan tinggi sebanyak 59%, pekerjaan sebagian besar adalah mahasiswa yaitu sebanyak 41%, pendapatan perbulan sebagian besar Rp.1.000.001 - Rp.2.000.000 sebanyak 41%, pengeluaran perbulan sebagian besar Rp.1.000.001 - Rp.2.000.000 sebanyak 60%.
2. Model yang dihasilkan :



- a. Model regresi logistik ordinal adalah :
- $Logit(Y_0) = 5,833 + 0,349 X_1 + 0,417 X_2 + 0,455 X_3$
  - $Logit(Y_1) = 13,846 + 0,349 X_1 + 0,417 X_2 + 0,455 X_3$
  - $Logit(Y_2) = 23,339 + 0,349 X_1 + 0,417 X_2 + 0,455 X_3$
- Atau
- $P(Y \leq 0|x) = \pi_1(x) = \frac{\exp(5,833+0,349 X_1+0,417 X_2+0,455 X_3)}{1+\exp(5,833+0,349 X_1+0,417 X_2+0,455 X_3)}$
  - $\pi_2(x) = P(Y = 1|x - x) = P(Y \leq 1|x - x) - P(Y \leq 0|x - x)$
  - $\pi_3(x) = P(Y = 2|x - x) = P(Y \leq 2|x - x) - P(Y \leq 1|x - x)$
  - $\pi_4(x) = P(Y = 3|x - x) = P(Y \leq 3|x - x) - P(Y \leq 2|x - x) = 1 - P(Y \leq 2|x - x)$
- b. Fungsi diskriminan adalah :
- $Z \text{ Score}_1 = -7,157 + 0,139X_1 + 0,206X_2 + 0,154X_3$
  - $Z \text{ Score}_2 = -1,171 + 0,098X_1 + 0,349X_2 - 0,202X_3$
  - $Z \text{ Score}_3 = -0,279 + 0,365X_1 - 0,509X_2 - 0,029X_3$
3. Berdasarkan hasil uji Wald pada regresi logistik ordinal, variabel yang berpengaruh secara signifikan ( $\alpha=5\%$ ) terhadap minat pembelian di Pasar Tradisional Beringharjo adalah tingkat kepuasan terhadap Pelayanan, Barang Dagang dan Fasilitas Pasar di Pasar Tradisional Beringharjo Yogyakarta. Begitu juga pada analisis diskriminan, berdasarkan uji kesamaan rata-rata diketahui bahwa ketiga variabel tersebut signifikan berpengaruh pada minat membeli.
4. Hasil ketepatan prediksi yang benar dari regresi logistik ordinal adalah 86% sedangkan analisis diskriminan adalah 81%, jadi dari kedua metode analisis yang lebih baik adalah regresi logistik ordinal.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Dengan metode regresi logistik ordinal dan diskriminan cukup baik digunakan untuk melihat pengaruh minat pembelian di Pasar Tradisional Beringharjo dan dari analisis didapatkan pihak pedagang dapat mempertimbangkan faktor pelayanan, barang dagang dan fasilitas pasar untuk meningkatkan pembelian konsumen di Pasar Tradisional Beringharjo.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel independen dan menambah jumlah responden sehingga model regresi logistik ordinal dan diskriminan yang didapatkan lebih baik.

## Ucapan Terima Kasih

Dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari tantangan dan hambatan yang penulis temukan, namun berkat tekad yang teguh disertai bantuan dari orang-orang yang terkasih, sehingga pada penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dengan setulus hati kepada :

1. Orang tua yang sangat luar biasa, Bapak Suprpto dan Ibuk Rumbandiyah tercinta, dan adik Zulaika Rohmah dan Elvina Fauziah tersayang, dan kekasih hati Irni Afsari yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tidak pernah terhenti sepanjang waktu, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan hingga tingkat perguruan tinggi.



2. Bapak Dr. Ir. Amir Hamzah, M.T selaku Rektor Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Noeryanti, M.Si, selaku Dekan Fakultas Sains Terapan Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta.
4. Ibu Kris Suryowati, S.Si., M.Si selaku ketua Jurusan Statistika Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta.
5. Bapak Yudi Setyawani, M.s., M.Sc selaku Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan serta saran demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Rokhana Dwi Bekti, S.Si., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan bimbingan serta saran demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Dr.Drs. Kartiko, M.Si selaku Dosen Penguji III yang telah membantu dalam pengujian skripsi ini.
8. Seluruh dosen pengajar yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala jasa dan ilmu pengetahuan yang telah diberikan.
9. Serta teman-teman dan semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tak langsung yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan yang ada karena keterbatasan penulis. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan untuk mencapai kesempurnaan dalam penulisan yang lebih baik. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wacana pengetahuan bagi pembaca serta dapat dijadikan referensi pembelajaran kedepan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agresti A, 1990, "*Categorical Data Analysis*", John Wiley & Sons, Inc, New York.
- [2] Bimo S, 2017, "*Cara Uji Regresi Ordinal Dengan Spss*", Dipublikasikan di HYPERLINK "<http://www.statistikaolahdata.com>" [www.statistikaolahdata.com](http://www.statistikaolahdata.com) , Jakarta.
- [3] Flury dan Riedyl. 1998. *Multivariate Statistics A Practical Approach*. London: Chapman and Hall Paramitha.
- [4] Ghozali I, 2007, "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- [5] Hair, *et al.* 1987. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall
- [6] Handi. 2003. *Customer Service, Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*. Jakarta: Paradnya
- [7] Hosmer D W dan Lemeshow S, 2000, "*Applied Logistic Regression*", John Wiley & Sons, Inc, New York.
- [8] Imaslihkah S dan Ratna M dan Ratnasari V, 2013, "*Analisis Regresi Logistik Ordinal terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 di ITS Surabaya*", *Jurnal Sains Dan Seni Pomits*, 2 ( 2), 177-182, Surabaya.
- [9] Kim H S, 2004, "*Topic In Ordinal Logistics Regression and Its Applications Disertasi*", Texas A&M University, Texas.
- [10] Kleinbaum D, dan Klein M, 2002, "*Logistic Regression*", Springer-Verlag, New York.
- [11] Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- [12] Majid A, 2013, "*Aplikasi Regresi Logistik Ordinal Untuk Menganalisa Tingkat 57 Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Pelayanan Di Stasiun Jakarta Kota*", Skripsi, Program Pendidikan Matematika Universitas Pakuan, Dipublikasikan di <http://www.perpustakaan.fmipa.unpak.ac.id> 16 Maret 2016, Bogor.

- [13] Payaman J Simanjuntak, 1985, "*Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*", Penerbit FE UI, Jakarta.
- [14] Santosa, P.B., Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan MS. Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi
- [15] Santosa, Singgih. 2002. *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat.*. Jakarta: PT Elex Media Komptindo
- [16] Silalahi U, 2009, "*Metode penelitian Sosial*", PT.Refika Aditama, Bandung.
- [17] Utomo G N M F, 2014, "*Analisis Pengaruh Pelayanan Pasar Malioboro Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pasar Malioboro)*", Skripsi, Program Studi Manajemen, UIN Yogyakarta, Dipublikasikan di <http://elib.uinyogyakarta.ac.id>, Yogyakarta.