

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG ORANG
MEMBELI PAKAIAN BEKAS DI PEKANBARU MENGGUNAKAN
METODE *COCHRAN Q TEST*
(STUDI KASUS: TOKO PAKAIAN BEKAS SECOND SANS)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Pada
Program Studi Teknik Industri

oleh :

ILHAM MABRUR
11652103605



**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

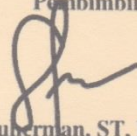
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG ORANG
MEMBELI PAKAIAN BEKAS DI PEKANBARU MENGGUNAKAN
METODE COCHRAN Q TEST
(STUDI KASUS: TOKO PAKAIAN BEKAS SECOND SANS)**

TUGAS AKHIR

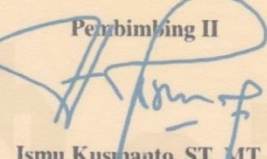
ILHAM MABRUR
11652103605

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal Januari 2021

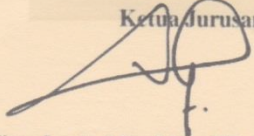
Pembimbing I


Subernan, ST, MT
NIP. 130 511 002

Pembimbing II


Ismu Kusnanto, ST, MT
NIP. 19820530 201503 1 001

Ketua Jurusan


Fitra Lestari Norhiza, ST., M. Eng., Ph.D
NIP. 19850616 201101 1 016

UIN SUSKA RIAU



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG ORANG
MEMBELI PAKAIAN BEKAS DI PEKANBARU MENGGUNAKAN
METODE COCHRAN Q TEST
(STUDI KASUS: TOKO PAKAIAN BEKAS SECOND SANS)

TUGAS AKHIR

oleh:
ILHAM MABRUR
11652103605

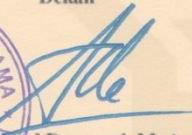
Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 14 Januari 2021

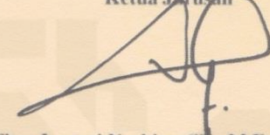
Pekanbaru, Januari 2021
Mengesahkan,

Dekan

Ketua Jurusan




Dr. Ahmad Darmawi, M. Ag
NIP. 19660604 199203 1 004


Fitra Lestari Norhiza, ST., M.Eng., Ph.D
NIP. 19850616 201101 1 016

DEWAN PENGUJI

Ketua : Muhammad Nur, S.T., M.Sc
Sekretaris I : Suherman, ST, MT
Sekretaris II : Ismu Kusmanto, ST, MT
Anggota I : Fitriani Surayya Lubis, M.Sc
Anggota II : Ahmad Mas'ari, S.HI, MA.HK

UIN SUSKA RIAU

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 25 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,

ILHAM MABRUR

NIM. 11652100009

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(Q.S Al-Insyirah ayat: 5-6)

Segala puji dan syukur kupersembahkan bagi sang penggendang langit dan bumi, dengan Rahmaan Rahiim yang menghampar melebihi luasnya angkasa raya. Dzat yang menganugerahkan kedamaian bagi jiwa-jiwa yang senantiasa merindu akan kemaha besarannya

Lantunan sholawat beriring salam penggugah hati dan jiwa, menjadi persembahan penuh kerinduan pada sang revolusioner Islam, pembangun peradaban manusia yang beradab Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam.

Tetes peluh yang membasahi asa, ketakutan yang memberatkan langkah, tangis keputasaan yang sulit dibendung, dan kekecewaan yang pernah menghiasi hari-hari kini menjadi tangisan penuh kesyukuran dan kebahagiaan yang tumpah dalam sujud panjang. Alhamdulillah maha besar Allah, sembah sujud sedalam qalbu hamba haturkanatas karunia dan rizki yang melimpah, kebutuhan yang tercukupi, dan kehidupan yang layak,

Ku persembahkan.....

Kepada kedua orang tuaku, Ayahku yang bernama Sanin dan Ibuku yang bernama Fatmawati yang selalu ada untukku berbagi, mendengar segala keluh kesahku serta selalu mendoakan anakmu ini dalam meraih impian dan cita-cita serta mendapat RidhoNya...

Pekanbaru, Januari 2020

Ilham Mabror

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

UIN Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Toko second sans adalah salah satu toko pakaian bekas yang berada di pekanbaru yang menjual pakaian bekas seperti : hoodie, jaket, celana, dan sweater. Penelitian ini dilakukan untuk menentukan faktor-faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas menggunakan metode *Cochran Q Test*. Sulitnya konsumen mencari pakaian bekas yang diinginkan menjadi permasalahan yang utama dalam penelitian ini. Dengan menggunakan metode *Cochran Q Test* mencari faktor-faktor yang menndorong orang membeli pakaian bekas. Faktor yang didapat dari perhitungan dengan metode *Cochran Q Test* adalah kebutuhan pakaian, pendapatan/uang saku, merek yang dijual.

Kata Kunci: *Cochran Q Test*, Pakaian Bekas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Second hand shop is one of the second-hand clothing stores in Pekanbaru that sells used clothes such as: hoodies, jackets, pants and sweaters. This study was conducted to determine the factors that encourage people to buy used clothes using the Cochran Q Test method. The difficulty of consumers finding the desired used clothes is the main problem in this study. Using the Cochran Q Test method looks for the factors that encourage people to buy used clothes. The factors obtained from the calculation using the Cochran Q Test method are clothing needs, income / pocket money, the brand being sold.

Keywords: Cochran Q Test, Used Clothes.

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah *Subhanahuwata'ala* atas segala rahmat, karunia serta hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mendorong Orang Membeli Pakaian Bekas Di Pekanbaru Menggunakan Metode Cochran Q Test (Studi Kasus Toko Pakaian Bekas Second Sans)**” sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad S.A.W.

Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana akademik di Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Banyak sekali yang telah penulis peroleh berupa ilmu pengetahuan dan pengalaman selama menempuh pendidikan di Jurusan Teknik Industri. Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan, semoga laporan Tugas Akhir ini dapat berguna bagi semua pihak yang memerlukan.

Selanjutnya dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa Kedua Orang tua penulis, yakni Ayahanda Surur, S.Pd dan Ibunda Wiwik Wahniarti, S.Pd dan juga kepada kakanda Hardian Wira Tama, S.Pd , ayunda Dwi Wulan Dini, S.Psi , adinda M Ikrar Subakti dan adinda Riska Yulia, S.Pd yang telah mendo'akan dan memberikan dukungan, serta motivasi agar penulis dapat sukses dalam menyelesaikan laporan ini dengan baik dan benar.
2. Bapak Prof. DR. Suyitno, M. Ag selaku Pelaksana Tugas Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak DR. Ahmad Darmawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Fitra Lestari Norhiza, ST, M.Eng, Ph.D selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dan sekaligus Penasehat Akademik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Ibu Zarnelly, S.kom, M.S selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, M.T sebagai Koordinator Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Suherman, ST, MT selaku dosen pembimbing I Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
8. Bapak Ismu Kusmanto, ST, MT selaku dosen pembimbing II Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
9. Ibu Fitriani Surayya Lubis, M.Sc dan Bapak Ahmad Masy'ari, S.HI, MA.HK selaku dosen penguji yang telah yang telah banyak membantu serta menyumbangkan ide-idenya guna untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu untuk berkonsultasi guna menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
11. Keluarga besar Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yaitu INCLUSIDE. Serta Teman angkatan Teknik industri (Woyo – Woyo '16) yang memberikan bantuan serta dorongan semangat dan motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
12. Terima kasih kepada sahabat seperjuangan Aditia Gunawan, Alfian Mirtha, Dio Water Pragihan, Heru Gobardo, Surahmad, Fauzan, Khairul Amry, Mhd Dany Siregar, Naufal Abdurrahman Hawari dan Amrollah yang menemani dikala susah.

Penulis menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan serta kesalahan, untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis

menerima segala saran serta kritik yang bersifat membangun, agar lebih baik dimasa yang akan datang.

Harapan penulis, semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi penulis sendiri khususnya serta memberikan hikmah dan ide bagi pembaca pada umumnya. Aamiin.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Pekanbaru, Desember 2020

Penulis



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR RUMUS	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran.....	7
2.2 Manajemen Pemasaran.....	7
2.2.1 Konsep Produk	8
2.2.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.3 Perilaku Konsumen	9
2.4 Pakaian Bekas	12
2.5 Populasi	13
2.6 Sampel	13
2.7 Teknik Sampling	14
2.8 Pengujian Alat Ukur.....	16
2.8.1 Uji Validitas	16
2.8.2 Uji Reabilitas.....	17
2.9 Uji <i>Cochran Q-Test</i>	18
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Studi Pendahuluan.....	20
3.2 Wawancara	20
3.3 Studi Pustaka	20
3.4 Identifikasi Masalah	20
3.5 Rumusan Masalah	21
3.6 Batasan Masalah	21

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7 Tujuan dan Manfaat Penelitian	21
3.8 Pengumpulan Data	22
3.9 Pengolahan Data	23
3.10 Analisa	25
3.11 Penutup	25

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data	26
4.1.1 Profil Toko Second Sans	26
4.1.2 Demografi Responden Penelitian	26
4.2 Pengolahan Data	28
4.2.1 Uji Validitas	28
4.2.2 Uji Reabilitas	29
4.3 <i>Cochran Q-Test</i>	30
4.3.1 Tahap Pertama	30
4.3.2 Tahap Kedua	31
4.3.3 Tahap Ketiga	32
4.3.4 Tahap Keempat	33
4.3.5 Tahap Kelima	34

BAB V ANALISA

5.1 Analisa Pengumpulan Data	35
5.1.1 Analisa Profil Toko Second Sans	35
5.1.2 Analisa Demografi Responden Penelitian	35
5.1.3 Analisa Pengolahan Data	36
5.1.4 Analisa Uji Validitas	36
5.1.5 Analisa Uji Reabilitas	36
5.1.6 Analisa <i>Cochran Q-Test</i>	36

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	39
6.2 Saran	39

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.2 Manajemen Pemasaran.....	8
2.3 Perilaku Konsumen	10
3.1 <i>Flow Chart</i> Metodologi Penelitian	19

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Penjualan	3
1.2 Hasil wawancara	3
1.6 Posisi Penelitian	5
4.1 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
4.2 Demografi Responden Berdasarkan Umur	27
4.3 Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
4.4 Hasil Uji Validitas	29
4.5 Hasil Uji Reabilitas	29
4.6 Hasil Uji Validitas	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
2.1 Rumus Paul Leedy	14
2.2 Uji Validitas.....	16
2.3 Uji Reabilitas	17
2.4 Uji Reabilitas	17
2.5 Uji <i>Cochran Q-Test</i>	18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Data Responden	42
2. Hasil Uji Validitas	44
3. Hasil Uji Reliabilitas	45
4. Hasil Uji Cochran Q Test	46
5. Tabel R product Moment	50
6. Tabel Kai Kuadrat	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Zaman modern ini kebutuhan manusia semakin beragam. Tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dan terus menerus mengalami progres mengakibatkan masyarakat kesulitan dalam hal membedakan mana kebutuhan primer dan yang mana sekunder. Gaya hidup juga bisa mempengaruhi seseorang untuk tidak bisa membedakan kebutuhan primer dan sekunder, seperti halnya ketika seseorang menjadikan sandangan sebagai kebutuhan primer daripada kebutuhan yang lainnya.

Sebagai kebutuhan sekunder gaya hidup tidak tercipta dengan sendirinya karena gaya hidup merupakan hasil dari interaksi sosial seseorang dengan lingkungannya. Pada zaman yang *modern* ini kehidupan masyarakat seringkali berubah-ubah tanpa ada yang bisa mengontrolnya. Masyarakat seperti dipaksa menuju era *modern* yang diiringi dengan perkembangan dan perubahan yang terjadi. Salah satu perubahan sosial dalam kemajuan belakangan ini adalah berbagai gaya hidup berpakaian. Gaya hidup dalam berpakaian telah menjadi bagian dari kehidupan sosial di masyarakat *modern* sebagai fungsi dari perbedaan kehidupan sosial.

Perkembangan gaya hidup terutama dalam hal *fashion* di zaman sekarang ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dan beragam. Dalam sebuah toko kita bisa menjumpai bermacam-macam model pakaian yang sebenarnya memiliki fungsi untuk menutupi tubuh, namun disamping itu model pakaian juga menjadi faktor terpenting dalam memilih pakaian. Salah satu objek konsumsi dari masyarakat yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah pakaian karena pakaian merupakan salah satu produk yang sering digunakan oleh masyarakat setiap harinya. Untuk memuaskan hasratnya setiap manusia berlomba-lomba untuk pergi ke pusat perbelanjaan untuk membeli pakaian yang bagus dan mahal. Maka begitu banyak pakaian yang diproduksi dengan berbagai merek terkenal. Hal ini dapat memengaruhi perilaku

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



konsumen karena masyarakat membeli suatu produk dalam hal ini pakaian yang bisa menggambarkan dirinya. Untuk mendapatkan pakaian yang sesuai dengan dirinya masyarakat rela mencarinya diberbagai tempat perbelanjaan, baik di mall ataupun di pasar tradisional.

Masyarakat yang mengonsumsi seperti yang dijelaskan di atas tidak peduli dengan produk yang baru maupun bekas yang penting mereka mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginannya. Seperti halnya dengan pakaian, masyarakat tidak peduli dengan pakaian baru maupun pakaian bekas yang paling penting adalah masyarakat bisa menemukan pakaian yang menggambarkan dirinya.

Dalam hal ini pakaian bekas menjadi salah satu sasaran untuk memenuhi kebutuhan dalam fashion, akan tetapi banyak yang menjadi pertimbangan dalam memilih pakaian bekas, salah satunya adalah dengan harga yang murah dan merk pakaian. Bisa kita ketahui pakaian yang memiliki merk ternama tertentu harganya mahal jika membelinya di store resminya. Oleh karena itu masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhan dalam hal fashion tidak kehabisan akal, pakaian bekas adalah sasaran dalam memenuhi kebutuhan fashion tersebut. Akan tetapi tidaklah mudah untuk mencari pakaian bekas yang sesuai dengan keinginan, perlu mencari disetiap tempat yang menjual pakaian bekas agar mendapatkan pakaian yang diinginkan.

Salah satu toko pakaian bekas yang ada di pekanbaru adalah Second sans. Toko ini berada di Jalan Tengku Bey Kelurahan Simpangtiga, Pekanbaru. Toko ini berdiri sejak bulan oktober 2019, pakaian bekas yang dijual pada toko ini yaitu jaket/hoodie, sweater, baju kaos, dan celana. Berikut adalah data penjualan sejak bulan oktober 2019 sampai april 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.1 Data Penjualan

Bulan	Hoodie (Pcs)	Sweater (Pcs)	Baju kaos (Pcs)	Celana (Pcs)
Oktober 2019	8	5	4	-
November 2019	6	3	2	1
Desember 2019	10	5	4	2
Januari 2020	8	4	2	1
Februari 2010	12	3	3	4
Maret 2020	10	5	2	1
April 2020	3	1	-	-

(Sumber: SecondSans 2020)

Berdasarkan Tabel 1.1 dilihat bahwa penjualan hoodie, sweater, baju kaos, dan celana tidak sesuai dengan target yang ditentukan oleh toko penjual pakaian bekas, dari data yang didapat target yang ditentukan penjual dari pakaian bekas adalah 20 pcs perbulannya. Dengan tidak mencapainya target penjualan peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber didapatkan hasil wawancara sebagai berikut :

Tabel 1.2 (Hasil Wawancara)

Pernah membeli pakaian bekas	Tempat membeli pakaian bekas	Jenis pakaian yang dibeli	Pertimbangan pada saat membeli pakaian bekas
Pernah (13 orang) Tidak pernah (2 orang)	- Pasar kodim - Toko pakaian bekas	- Hoodie - Kemeja - Celana - Topi - Sweater	- Murah - Kualitas - Brand ternama - Banyak pilihan - Uang saku

Berdasarkan permasalahan diatas banyak konsumen yang mengalami kesulitan dalam mencari pakaian bekas, beragam alasan dalam kesulitan mencari pakaian bekas, dan tentu saja jika penjual pakaian bekas ingin keuntungan yang lebih, penjual pakaian bekas harus mengetahui apa saja yang diinginkan konsumen,mengetahui kriteria dan faktor konsumen mencari pakaian bekas yang diinginkan. Perlu adanya solusi yang diberikan oleh peneliti. Permasalahan diselesaikan menggunakan metode Cochran Q-test.

Menurut Simamora dalam Yusendra (2015) Metode Cochran Q-test adalah metode yang digunakan untuk menganalisis tingkat keberhasilan/kesuksesan data secara statistik,menguji hipotesa pada beberapa



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel yang berhubungan secara dikotomi yang memiliki nilai mean yang sama. Dengan demikian alat analisis dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor orang membeli pakaian bekas dipekanbaru. Menurut Freddy Rangkuti(2013;183) Metode ini digunakan untuk menguji lebih dari dua variabel.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MENDORONG ORANG MEMBELI PAKAIAN BEKAS MENGGUNAKAN METODE COCHRAN Q TEST**”. Studi kasus: Ditoko Pakaian Bekas Second sans.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah di uiraikan diatas, maka perumusan pada masalah pada penelitian ini adalah : Apa sajakah faktor-faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

Mengetahui faktor-faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas di pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini diharapkan perusahaan dapat memperoleh informasi faktor apa saja yang mendorong konsumen membeli pakaian bekas dan mengimplementasikan strategi penjualan.

2. Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan penulis akan mendapatkan gambaran nyata mengenai teori-teori dalam pemasaran dan juga mendapatkan wawasan ilmu yang lebih luas.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian Tugas Akhir ini yaitu :

1. Data diambil di toko penjual pakaian bekas yaitu Second sans
2. Data diambil pada bulan Oktober 2019 sampai April 2020.
3. Dianggap tidak terjadi wabah Corona, hal ini penting karena data bisa berubah drastis.

1.6 Posisi Penelitian

No	Judul dan Penulis	Tujuan Penelitian	Metode	Tahun
1	Analisis Brand Imaget The Coffe Cafe Bandar Lampung (Novita Sari)	Untuk mengetahui sejauh mana <i>brand image</i> yang dimiliki oleh The Coffee Cafe menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan pemilihan untuk berkunjung.	Cochran Q-Test	2018
2	Analisis Persepsi Brand Association Menurut Pelanggan Sabun Mandi Cair Pada PT. Unilever Indonesia, Tbk (Novia Triyani dan Ani Nuraini)	Untuk mengetahui persepsi <i>brand association</i> menurut pelanggan sabun mandi cair pada PT Unilever Indonesia, Tbk	Cochran Q-Test	2019
3	Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Mobil Diesel atau Mobil Bensin (Dinda Nurrahma Alfira Faran)	Untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai mobil dengan mesin diesel dan mesin dengan bensin	Cochran Q-Test	2018
4	Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Kinerja Badan Pengusahaan Batam Dalam Mengelola insfrastruktur (Diki Septiadi)	untuk mengetahui kinerja BP Batam di tinjau dari persepsi masyarakat dalam mengelola infrastruktur pelabuhan di kota Batam, dan yang ke dua untuk mengetahui kinerja BP Batam ditinjau dari persepsi masyarakat dalam mengelola infrastruktur bandaradi kota Batam.	Cochran Q-Test	2017
5	Analisis Faktor-Faktor Orang Membeli Pakaian Bekas Dipekanbaru, Studi kasus toko pakaian bekas Second Sans (Ilham Mabrrur)	Mengetahui faktor-faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas dipekanbaru dan Merancang strategi pemasaran pakaian bekas di toko Second Sans.	Cochran Q-Test.	2020

(Sumber: Pengolahan Data, 2020)



1.6 Sistematika Penulisan

Agar laporan ini terstruktur dan tersusun dengan baik maka perlu adanya suatu sistematika didalam penulisannya, adapun sistematika laporannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan ini memaparkan tentang latar belakang, permasalahan, tujuan, manfaat, serta batasan yang berkenaan dalam permasalahan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menerangkan teori-teori yang menunjang atau dasar yang digunakan dan relevan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun terori-teori yang didapatkan bersumberkan dari jurnal, buku dan media lainnya yang dapat membantu secara teoritis dari penelitian yang dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian menguraikan seluruh kegiatan yang dilaksanakan selama penelitian berlangsung .

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan secara sistematis langkah-langkah semua yang digunakan dalam proses pengumpulan data dan teknis pengolahan data untuk menyelesaikan permasalahan.

BAB V ANALISA

Bab ini berisikan analisis dan pembahasan mengenai pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan sebelumnya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Rangkuman dari proses pengumpulan dan pengolahan data yang kemudian dianalisa untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Serta saran yang dikemukakan untuk penyusunan laporan penelitian pada masa yang akan datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran

Proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya merupakan definisi dari pemasaran. Peranan pemasaran pada saat ini tidak hanya menyampaikan produk dan jasa sampai ke tangan konsumen dan juga bagaimana produk atau jasa dapat memberikan kepuasan kepada konsumen secara berkelanjutan, dan karna itu perusahaan dapat memperoleh keuntungan berkelanjutan pembelian oleh konsumen.

Menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan adalah tujuan dari pemasaran.

Dasar pemikiran pemasaran dimulai dengan adanya kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*); produk (barang, jasa, gagasan); nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar; pemasar dan calon pembeli (Putri, 2017) .

2.2 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), pengarahan (*directing*), dan pengawasan (*controlling*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

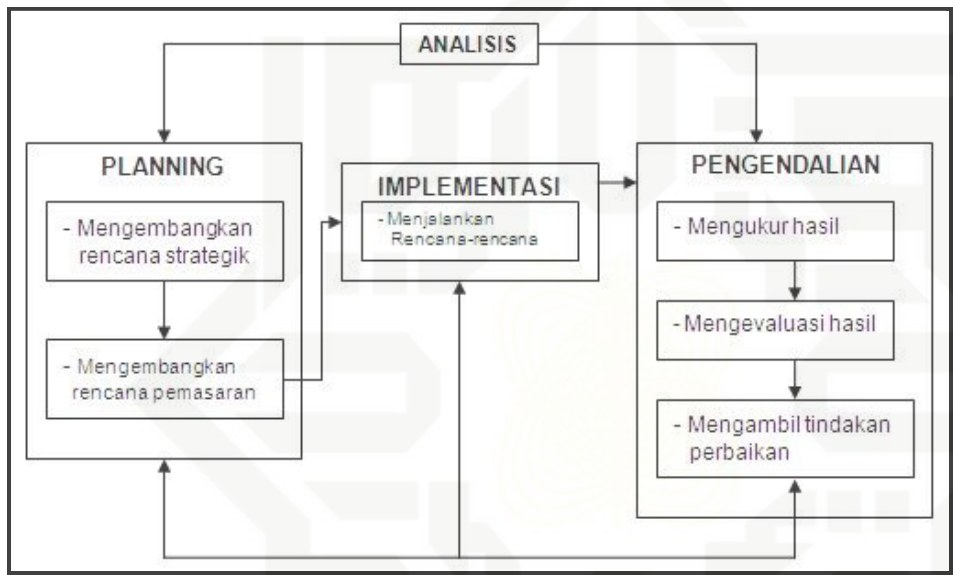
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif yang dikenal dengan istilah fungsi manajemen. Dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi (Putri, 2017) .



(Sumber : Putri, 2017)

2.2.1 Konsep Produk

Falsafah bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Produsen harus mencurahkan energi untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menerus menyempurnakannya. Dalam konsep ini, perusahaan mengasumsikan bahwa pembeli menghargai produk yang dibuat dengan baik, dan mereka dapat menilai kualitas dan kinerja suatu produk. Namun seringkali perusahaan terjebak dalam keyakinannya sendiri bahwa produk yang dihasilkan merupakan “produk terbaik” sehingga mengabaikan respon pasar/konsumen terhadap produk tersebut (Putri, 2017)



2.2.2 Konsep Pemasaran

Falsafah manajemen pemasaran ini berkeyakinan bahwa pencapaian sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan penyampaian kepuasan didambakan itu lebih efektif dan efisien daripada pesaing. Kemungkinan konsep ini membingungkan bila dibandingkan dengan konsep penjualan. Perbandingan antara konsep penjualan dengan konsep pemasaran, antara lain: yaitu pemasaran yang ditujukan kepada orang-orang di luar perusahaan dan kegiatan internal merupakan kegiatan mengenai keberhasilan dalam menerima, melatih dan memotivasi karyawan yang memiliki kemampuan dan ingin melayani pelanggan dengan baik.

Terdapat berbagai alasan mengapa konsep pemasaran mulai diberlakukan, yaitu (Putri, 2017):

- a. Penjualan mulai turun
- b. Pertumbuhan produk melambat
- c. Pola pembelian yang berubah
- d. Persaingan yang meningkat
- e. Biaya penjualan meningkat : perusahaan mendapati pengeluaran mereka untuk iklan, promosi penjualan terasa lepas kendali sehingga manajemen memutuskan untuk melakukan audit pemasaran untuk menyempurnakan konsep mana yang akan digunakan.

2.3 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, diantaranya: budaya, kelompok sosial, pribadi, psikologis, dan perilaku pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

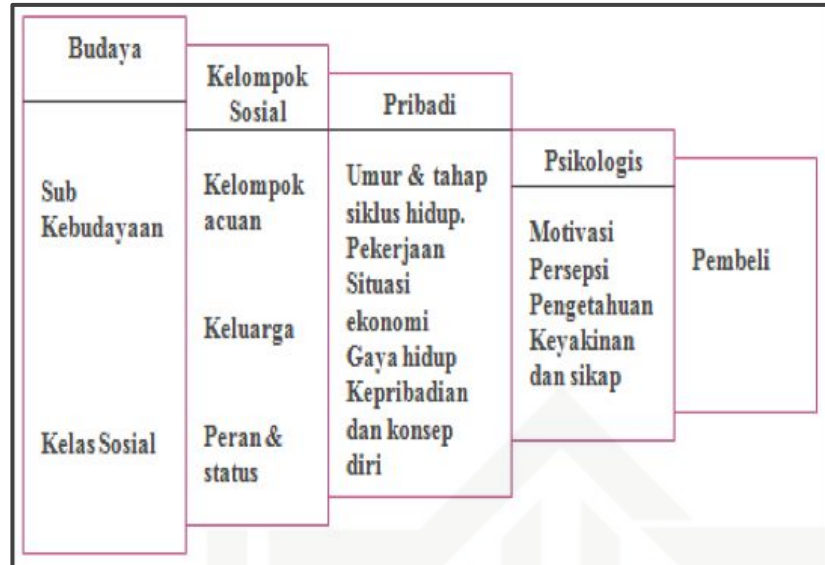
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



(Sumber : Putri, 2017)

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul dari tindakan ini (Engel, 2010 dikutip Nofri dan Hafifah 2018).

faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu sebagai berikut (Nofri dan Hafifah 2018) :

a. **Faktor-faktor Kebudayaan**

Kebudayaan merupakan susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi penting. Kelompok pertama yang penting atas faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen adalah faktor budaya. Budaya merupakan susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya.

b. **Faktor-faktor Sosial**

Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, dan tempat tinggal. Irawan dan Basu (1986) membagi masyarakat kedalam tiga golongan kelas sosial, yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Golongan atas (pengusaha-pengusaha kaya, pejabat tinggi)
2. Golongan menengah (kelas pekerja/karyawan)
3. Golongan bawah (pekerja buruh, pegawai rendah).

Pembagian kelas ini tentunya akan mempengaruhi perilaku yang berbeda dalam tingkah laku pembelian. Secara khusus, konsumen berinteraksi sosial dengan kelompok yang memberikan pengaruh, pemimpin, opini, dan anggota keluarga untuk memperoleh informasi atas produk dan persetujuan keputusan

c. **Faktor Pribadi**

Keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi atau individu. Karakteristik tersebut meliputi:

1. Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.
2. Pekerjaan
Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.
3. Keadaan Ekonomi
Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya) tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.
4. Gaya Hidup
Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan "seseorang secara keseluruhan" yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

5. Kepribadian dan Konsep Diri

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dan berbagai pilihan produk atau merek.

d. Faktor-faktor Psikologis

Menurut teori, pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian. Motivasi, konsumen memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu, beberapa kebutuhan bersifat biogenis. Persepsi seorang konsumen yang termotivasi akan siap untuk bertindak, bagaimana seorang konsumen yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Sementara proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman dan kebanyakan perilaku manusia adalah hasil proses belajar. Pembelajaran dapat dipandang sebagai proses dimana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap atau perilaku (Setiadi, 2008 dikutip Nofri dan Hafifah 2018).

2.4 Pakaian Bekas

Pakaian bekas merupakan pakaian yang sudah atau telah dipakai sebelumnya. Sekarang ini banyak dijumpai pakaian-pakaian bekas impor yang diperdagangkan di pasar tradisional dan di pasar modern. Perdagangan pakaian bekas saat ini bisa dikatakan sedang berkembang pesat. Dari semula tempat perdagangannya berada di pasar tradisional kini para pedagang menggeser tempat perdagangannya ke pasar modern. Dalam hal ini perdagangan pakaian bekas di pasar modern masih jarang dijumpai dibandingkan dengan pasar tradisional.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Usaha baju impor menjadi salah satu solusi bagi semua orang yang ingin tetap *fashionable* dengan harga yang rata-rata dijual dengan harga yang relatif murah. Rata-rata peminat baju impor adalah para remaja yang senang berburu produk brand luar negeri dengan harga murah. Selain itu banyak konsumen dari kalangan menengah ke bawah yang mencari busana yang lebih murah dari harga yang ada di toko baju baru (Diana, 2019)

Pasal 1 Angka 13 Undang-undang Nomor 17 Tahun 2006 tentang Kepabeanan mendefinisikan pengertian impor, dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean. Lebih lanjut ditetapkan dalam Pasal 2 bahwa barang yang dimasukkan ke dalam daerah pabean diperlakukan sebagai barang impor dan terutang bea masuk.

Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mendefinisikan pengertian impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean. Definisi tersebut sama dengan definisi menurut Undang-undang Kepabeanan. Kemudian pengertian dari ilegal adalah tidak sah menurut hukum, dalam hal ini melanggar hukum, barang gelap, liar, ataupun tidak ada izin dari pihak yang bersangkutan.

2.5 Populasi

Populasi adalah gabungan dariseluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006 dikutip Karim, 2019).

2.6 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih melalui cara tertentu yang mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap mewakili populasi. Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah rumus *Paul Leed* (Arifin, 2012 dikutip Karim, 2019).

Model *Paul Leedy* menurut Arifin digunakan jika populasi penelitian merupakan sebuah proporsi atau bagian dari kelompok populasi lain yang lebih

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

besar ukurannya, seperti misalnya populasi berupa jumlah keluarga miskin disuatu daerah, dimana keluarga miskin merupakan bagian dari jumlah KK yang ada di daerah tersebut yaitu:

$$n = \left(\frac{Z}{e}\right)^2 (P)(1 - P)$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- Z = Skor / tingkat kepercayaan (90% = 1,64)
- e = Alpha / sampling error (10% = 0,10)
- P = Proporsi harus dalam populasi (25% = 0,25) (2.1)

2.7 Teknik Sampling

Sugiyono (2009) teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, guna mempermudah penelitian. Ada beberapa teknik sampling yang digunakan, yaitu:

1. *Probability Sampling*

Probability Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih untuk menjadi anggota sampel. Teknik ini antara lain sebagai berikut:

a. *Simple random sampling*

Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.

b. *Stratified random sampling*

Teknik ini dilakukan secara *stratified*, artinya dibentuk strata, tingkatan atau kelompok. Dengan kata lain populasi ini dibagi terlebih dahulu menjadi tingkatan atau kelompok yang berbeda.

c. *Systematic Sampling*

Kata *systematic* berarti memiliki sistem aturan atau pola tertentu. Dalam metode ini, sampel dipilih dengan mengambil setiap anggota populasi yang memiliki interval tertentu. Jadi, interval disini merupakan pola yang digunakan dalam pengambilan elemen populasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. *Cluster sampling* (Area sampling)

Kata *Cluster* mengandung arti satu kumpulan. Artinya, teknik sampling ini berupaya menarik sampel dari satu kumpulan saja yang mewakili seluruh populasi. *Cluster* dipandang mewakili seluruh populasi.

2. *Non-probability Sampling*

Non-probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Tekniknya antara lain sebagai berikut:

a. *Sampling Kuota*

Sampling Kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Bila pada pengambilan sampel dilakukan secara kelompok maka pengambilan sampel dibagi rata sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

b. *Convenience Sampling*

Berarti nyaman, tidak repot, atau mudah. Melalui metode ini, periset menarik anggota populasi atas dasar kemudahan saja.

c. *Sampling Purposive*

Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel ini lebih cocok untuk penelitian kualitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi.

d. *Snowball Sampling*

Snowball Sampling adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel pertama-tama dipilih satu atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak.

e. *Accidental Sampling*

Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel penelitian, bila bertemu orang secara kebetulan dan dianggap cocok sebagai sumber data.

2.8 Pengujian Alat Ukur

2.8.1 Uji Validitas

Arikuntu (2013) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan suatu tingkat kevalidan dari sebuah instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila sudah mampu mengukur hal yang diinginkan sesuai dengan tujuan tertentu dalam penelitian (Alwan,dkk 2017).

Validitas hanya menunjukan sejauh mana alat suatu alat pengukuran itu mengukur apa yang ingin diukur. Macam-macam jenis validitas adalah sebagai berikut :

1. Validitas Konstruk (*Contract Validity*)
2. Validitas Isi (*Content Validity*)
3. Validitas Eksternal (*Eksternal Validity*)
4. Validitas Prediktif (*Predictive Validity*)

Rumus yang digunakan untuk menghitung uji validitas adalah :

$$r = \frac{N(\sum X.Y) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots (2.2)$$

Keterangan :

N = Jumlah Responden

X = Skor Pertanyaan

Y = Skor Total Pertanyaan

Pertanyaan akan dikatakan valid apabila angka korelasi pertanyaan tersebut lebih besar dari pada angka kritik pada tabel korelasi dengann taraf signifikasi yang telah ditentukan. Langkah-langkah pengambilan keputusan variabel dalam menentukan valid atau tidaknya suatu variabel adalah :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Menentukan nilai r tabel
 Menentukan nilai r tabel dari tabel r. Contoh untuk $df = N-2$ dan dengan sampel 30 orang responden diperoleh nilai $df = 30-2 = 28$. Mengacu dari tabel angka kritik nilai r untuk signifikan 5% maka nilai r tabel adalah 0,361 (Singarimbun & Effendi, 1995).
2. Mencari nilai r hasil
 Nilai r hasil setiap variabel dapat dilihat pada hasil perhitungan uji validitas dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*.
3. Mengambil keputusan
 Jika r_{hasil} positif, serta $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut valid
 Jika r_{hasil} positif, serta $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut tidak valid
 Jika r_{hasil} negatif, serta $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut tidak valid
 Jika r_{hasil} positif, serta $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$, maka variabel tersebut tidak valid

2.8.2 Uji Reabilitas

Menurut Arikuntu (2013), reliabilitas adalah suatu yang cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena sudah baik. Untuk mencari Reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. koefisien *Alpha Cronbach* berada di antara 0,60 dan 0,80 maka dapat dikatakan bahwa reliabilitas alat ukur memiliki performasi yang dapat diterima. Dan apabila nilai koefisien *Alpha Cronbach* $> 0,80$ maka dapat dikatakan bahwa reliabilitas dari alat ukur memiliki performasi yang bagus. Rumus nilai koefisien dan nilai korelasi *Alpha Cronbach* dapat dilihat sebagai berikut :

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad \dots (2.3)$$

Keterangan :

- σ = Varians
- X = Jawaban item pertanyaan
- n = Jumlah responden

$$r = \left(\frac{n}{n-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2}\right) \quad \dots (2.4)$$

Keterangan :

σ_i = Varians per pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = Varians total

n = Jumlah responden

2.9 Uji Cochran Q Test

Cochran Q test digunakan untuk menganalisis tingkat keberhasilan/kesuksesan data secara statistik, menguji hipotesa pada beberapa variable yang berhubungan secara dikotomi yang memiliki nilai mean yang sama (Sari, 2018).

Pengujian ini dapat digunakan untuk data nominal ataupun ordinal. Freddy Rangkuti (2013; 183). Dengan Rumus *Cochran Q Test* adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{(k-1) \{k\sum C_j^2 - (\sum C_j)^2\}}{k\sum R_i - \sum R_i^2} \quad (2.5)$$

Dimana :

K = Jumlah Variabel

n = Jumlah Sampel

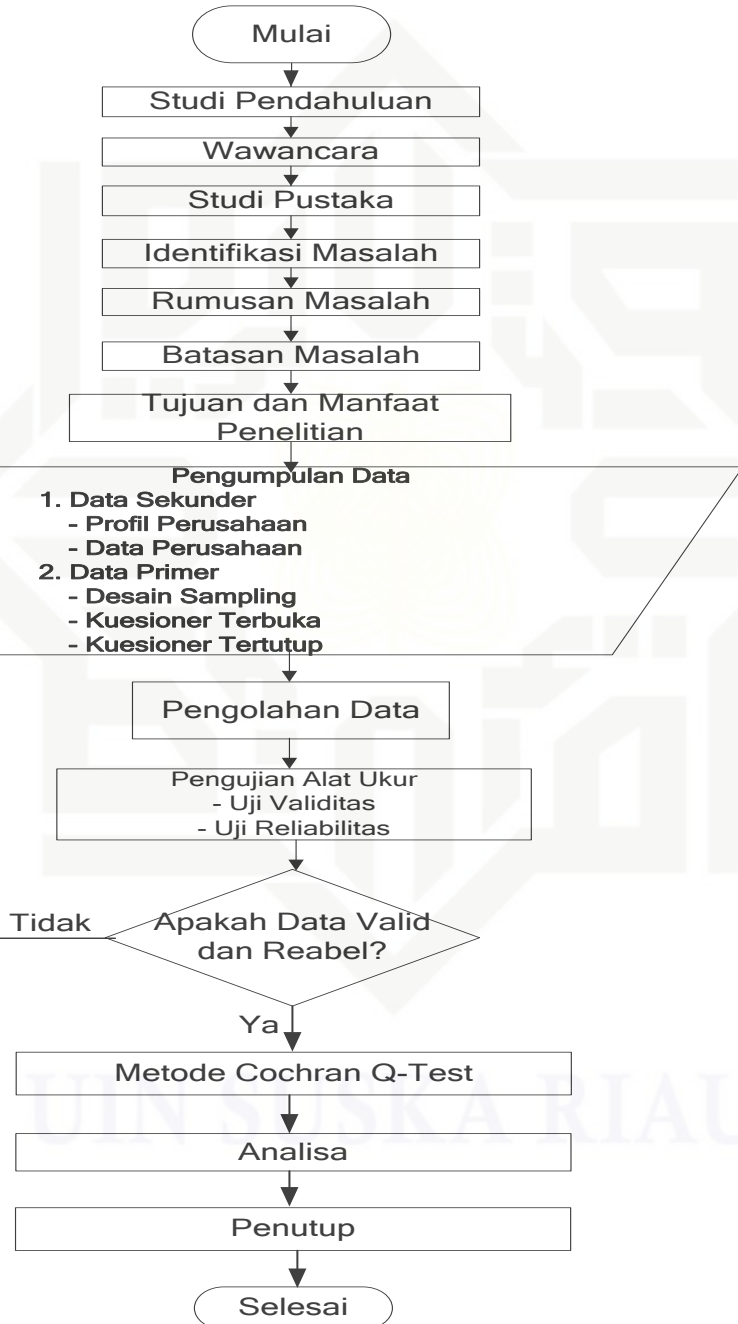
C_j = Total Responden pada j Variabel (kolom)

R_i = Total Responden pada i Pengamatan (baris)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan tahapan-tahapan yang harus dilakukan peneliti secara jelas dan sistematis sebelum melakukan penelitian, mulai dari pengumpulan data sampai dengan kesimpulan. Adapun tahapan penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan dengan cara observasi langsung keadaan toko yang menjual pakaian bekas yaitu SecondSans. Pengamatan dilakukan untuk memperoleh informasi dan mengetahui kondisi sebenarnya di lapangan. Data pengamatan tersebut akan dibutuhkan untuk penelitian Tugas Akhir.

3.2 Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab antara di penanya dengan responden menggunakan pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti yang akan mewawancarai responden. Dalam hal ini peneliti mengambil 15 responden untuk mengetahui data awal dalam penelitian.

3.3 Studi Pustaka

Studi pustaka digunakan sebagai landasan atau teori-teori yang berhubungan dengan penelitian Tugas Akhir. Hal ini sangat diperlukan agar tidak terjadi kesalahan dalam melakukan penelitian dan pengolahan data. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi manajemen pemasaran, perilaku konsumen, desain *sampling*, metode Cochran Q test, dan hipotesis. Tujuan adanya studi pustaka untuk mendapatkan referensi tentang penelitian sehingga permasalahan yang diteliti dapat diselesaikan dengan baik dan benar.

3.4 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan wawancara, langkah selanjutnya adalah melakukan identifikasi masalah. Diketahui konsumen yang pernah membeli pakaian bekas mengalami kesulitan dalam mencari pakaian bekas sesuai dengan keinginan konsumen, selain itu alasan konsumen membeli pakaian bekas adalah karena merk dan brand ternama dengan harga yang terjangkau. Dalam hal ini peneliti mencari faktor – faktor orang membeli pakaian bekas di pekanbaru guna mempermudah penjual pakaian bekas dalam menentukan target pemasaran yang diinginkan oleh konsumen.



3.5 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah hasil dari identifikasi masalah berupa pertanyaan yang nanti akan diperoleh jawaban dari tahapan pengolahan data sampai dengan kesimpulan. Rumusan masalah yang telah dibuat mengarah pada bagaimana menentukan faktor – faktor yang menjadi prioritas konsumen dalam memilih pakaian bekas yang diinginkan konsumen. Sehingga peneliti dapat memberikan perbandingan faktor - faktor dalam pembelian pakaian bekas dengan menggunakan metode yang telah ditetapkan.

3.6 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam suatu penelitian diperlukan agar pembahasan dari masalah tersebut tidak melenceng dari tujuan semula. Adapun batasan masalah pada penelitian Tugas Akhir ini yakni salah satu toko yang menjual pakaian bekas dipekanbaru yaitu Second Sans yang beralamat di Jl. Tengku bey 1 Simpangtiga pekanbaru.

3.7 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian berupa target yang akan dicapai untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian. Tujuan penelitian harus jelas dan terukur sehingga hasil dari penelitian bisa tercapai dengan baik. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang faktor-faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas berdasarkan persepsi konsumen pakaian bekas dipekanbaru.

Adapun manfaat dari penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan patokan bagi penjual pakaian bekas untuk menerapkan strategi pemilihan pakaian bekas untuk dijual sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Sebagai implementasi pengaplikasian ilmu dan teori yang dipelajari dari mata kuliah Teknik Industri.

3.8 Pengumpulan Data

Pada pengumpulan data yang dilakukan terdapat data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari pengamatan dan penelitian secara langsung. Adapun data primer pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Desain Sampling

Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *Insidental Sampling*. *Insidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel penelitian.

Penelitian saat ini jumlah konsumen yang membeli pakaian bekas tidak diketahui dengan pasti, sehingga untuk menghitung sampel minimum. Teknik sampling yang digunakan adalah rumus Paul Leedy. Perumusan Paul Leedy digunakan untuk populasi yang tidak diketahui. Adapun formula Paul Leedy yaitu (Karim, A. 2019) :

$$n = \left(\frac{Z}{e}\right)^2 (P)(1 - P)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Skor / tingkat kepercayaan (90% = 1,64)

e = Alpha / sampling error (10% = 0,10)

P = Proporsi harus dalam populasi (25% = 0,25)

Sehingga,

$$n = \left(\frac{1,64}{0,10}\right)^2 (0,25)(1 - 0,25)$$

$$n = \frac{2,6869}{0,01} (0,25)(0,75)$$

$$n = \frac{2,6869}{0,01} (0,25)(0,75)$$

$$n = \frac{2,6869}{0,01} (0,1876)$$

$$n = \frac{0,50456896}{0,01}$$

$$n = 50,456 \approx 50$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jadi, total sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebanyak 50 responden.

2. Kuisisioner Terbuka

Kuisisioner terbuka adalah kuisisioner yang membebaskan responden untuk menjawab dan kuisisioner terbuka tidak menyediakan pilihan jawaban.

3. Kuisisioner Tertutup

Kuisisioner tertutup adalah daftar pertanyaan yang pertanyaannya telah disediakan oleh peneliti dan pertanyaan kuisisioner tertutup berdasarkan kuisisioner terbuka.

4. Profil Perusahaan

Salah satu toko pakaian bekas yang ada di Pekanbaru adalah Second Sans. Toko ini berada di Jalan Tengku Bey Kelurahan Simpangtiga, Pekanbaru. Toko ini berdiri sejak bulan oktober 2019, pakaian bekas yang dijual pada toko ini yaitu jaket/hoodie, sweater, baju kaos, dan celana.

5. Data Perusahaan

Data perusahaan yang digunakan adalah data penjualan sejak bulan oktober 2019 sampai april 2020.

3.9 Pengolahan Data

Data yang sudah diperoleh kemudian diolah untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada toko pakaian bekas yaitu SecondSans. Adapun tahapan dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Melakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

Data yang diperoleh selanjutnya diuji validitas dan reliabilitas. Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui data yang diperoleh valid dan reliabel atau tidak. Jika data tidak valid dan tidak reliabel, maka perlu dilakukan meyebarkan kuesiner kembali untuk pertanyaan pada kuesioner tertutup.

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan suatu pengukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka data yang

diperoleh dikatakan valid. Jika data yang diperoleh tidak valid, maka pertanyaan pada kuesioner harus diganti atau menghilangkan variabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana data yang diperoleh dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.

2. Teknik Analisis Cochran Q- Test

Tujuan dari analisis Cochran Q Test adalah untuk menguji sampel yang sama atau berbeda, serta data yang berbentuk nominal atau dikotomi. Langkah-langkah analisis Cochran Q test dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Langkah awal adalah dengan menguji semua atribut yang ada, bila hasil yang didapat dari perhitungan menolak H_0 maka langkah selanjutnya adalah menghilangkan nilai dari C_j terendah kemudian melanjutkan kembali perhitungan Test Cochran Q. Jika hasil masih menolak H_0 langkah selanjutnya adalah menghilangkan nilai C_j terendah kedua.

b. Kemudian melakukan perhitungan menggunakan teknik Test Cochran Q . Dengan rumus Cochran Q test adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{(k - 1) \{k \sum C_j^2 - (\sum C_j)^2\}}{k \sum R_i - \sum R_i^2}$$

Dimana :

K = Jumlah Variabel

n = Jumlah Sampel

C_j = Total Responden pada j Variabel (kolom)

R_i = Total Responden pada i Pengamatan (baris)

c. Langkah selanjutnya adalah menentukan syarat dimana dengan

H_0 diterima jika nilai Q terhitung < dari Q tabel

H_0 ditolak jika nilai Q hitung \geq dari Q tabel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Langkah tersebut harus dilakukan hingga pada hasil perhitungan memperoleh hasil menerima H_0 dan barulah dapat disimpulkan apa saja faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas di pekanbaru.

3.10 Analisa

Setelah dilakukan pengumpulan dan pengolahan data kemudian dilakukan analisis dari data tersebut. Dari hasil analisis dapat diketahui atribut-atribut yang diprioritaskan konsumen dalam memilih pakaian bekas sesuai dengan keinginan.

3.11 Penutup

Pada tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan. Selanjutnya akan diberikan saran-saran yang dianggap penting dan untuk tindak lanjut hasil penelitian Tugas Akhir ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

Salah satu komponen yang sangat penting dari berbagai macam aspek berupa penelitian, pekerjaan, ataupun hanya untuk pembelajaran sederhana disebut dengan data. Data yang diolah dalam sebuah observasi haruslah akurat, jika tidak maka hasil yang didapat tidak sesuai dengan yang diharapkan atau bisa dikategorikan gagal. Penggunaan data dalam sebuah observasi terbagi dua yaitu data primer dan data sekunder. Setelah diperoleh data yang akurat, maka langkah selanjutnya yaitu dilakukan analisa,

Pengumpulan data dilakukan untuk mengidentifikasi persepsi konsumen terhadap faktor secara terbuka oleh konsumen. Langkah yang dilakukan dengan melakukan wawancara awalan tentang faktor pemelian pakaian bekas kepada 15 responden, dimana responden itu terdiri dari *owner*, dan konsumen. Pengindetifikasian ini bertujuan untuk mendapatkan jawaban – jawaban responden. Selanjutnya dilakukan pembuatan dan perancangan kuesioner tingkat kepentingan (*semantic differential*).

4.1.1 Profil Toko Second Sans

Salah satu toko pakaian bekas yang ada dipekanbaru adalah Second sans. Toko ini berdiri berawal dari owner toko memiliki hobi thrifting/memburu pakaian bekas dan pada saat itulah awal mula toko ini berdiri, Toko ini berada di Jalan Tengku Bey Kelurahan Simpangtiga, Pekanbaru. Toko ini berdiri sejak bulan oktober 2019, pakaian bekas yang dijual pada toko ini yaitu jaket/hoodie, sweater, baju kaos, dan celana.

4.1.2 Demografi Responden Penelitian

Adapun demografi responden yang terdapat dalam penelitian sebagai berikut :

1. Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah presentase responden berdasarkan jenis kelamin :

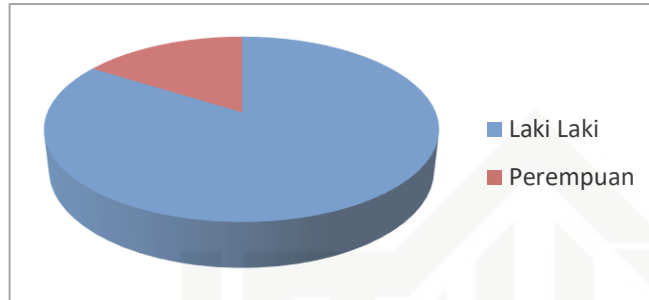
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.1 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Laki – Laki	42	84%
Perempuan	8	16%

(Sumber : Pengumpulan Data, 2020)



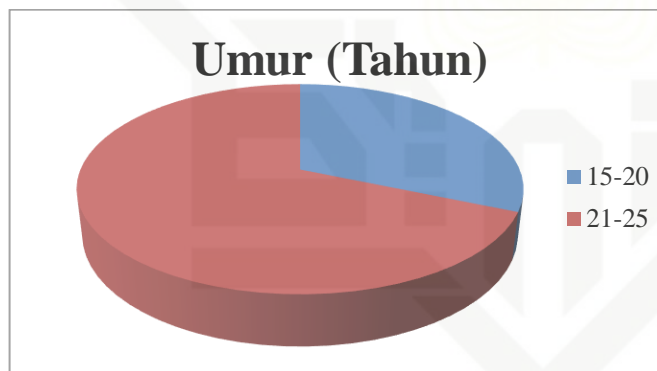
2. Demografi Responden Berdasarkan Umur

Berikut adalah presentase responden berdasarkan umur :

Tabel 4.2 Demografi Responden Berdasarkan Umur

Umur (Tahun)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
15-20	16	32%
21-25	34	68%

(Sumber : Pengumpulan Data, 2020)



3. Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan

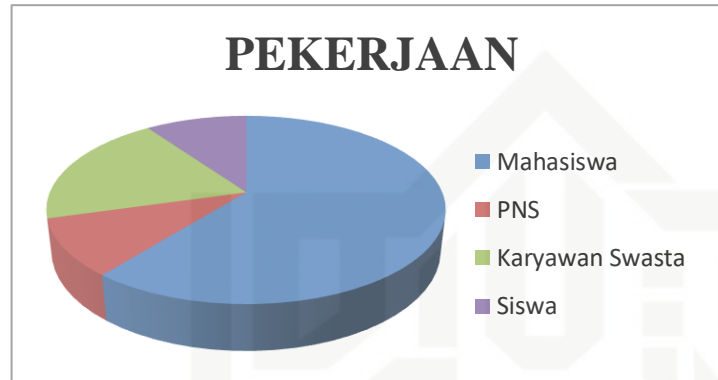
Berikut adalah presentase responden berdasarkan pekerjaan:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.3 Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Mahasiswa	30	60%
PNS	5	10%
Karyawan Swasta	10	20%
Siswa	5	10%

(Sumber : Pengumpulan Data, 2020)



4.2 Pengolahan Data

Berikut merupakan pengolahan data yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor berdasarkan persepsi konsumen.

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Interpretasi data dalam penelitian ini menggunakan $\alpha = 5\%$ sehingga syarat minimum suatu instrumen suatu instrumen dianggap valid adalah jika tingkat signifikansi dari r hitung lebih kecil dari 0,05 atau jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel dengan ketentuan nilai r tabel menggunakan nilai $Df = n-2$. Berikut ini adalah hasil uji validitas instrumen tentang faktor-faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans. Hasil uji validitas dari 6 faktor dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

- a. Kebutuhan akan pakaian
- b. Alasan pendapatan / uang saku
- c. Merek produk yang di jual
- d. Harga murah

- e. Mencoba – coba untuk melihat – lihat dan menggunakan
- f. Banyak pilihan pakaian yang tersedia

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

No	Pertanyaan / Pernyataan	R Hitung	R tabel	Keterangan
1	Saya membeli pakaian bekas karena kebutuhan pakaian	0,636	0,279	Valid
2	Saya membeli pakaian bekas karena pendapatan/uang saku	0,663	0,279	Valid
3	Saya membeli pakaian bekas karena merek produk yang dijual	0,783	0,279	Valid
4	Saya membeli pakaian bekas karena harga murah	0,749	0,279	Valid
5	Saya membeli pakaian bekas karena mencoba-coba untuk melihat, dan menggunakan	0,756	0,279	Valid
6	Saya membeli pakaian bekas karena banyak pilihan pakaian yang tersedia	0,775	0,279	Valid

4.2.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena sudah baik. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Jika koefisien *Alpha Cronbach* berada di antara 0,60 dan 0,80 maka dapat dikatakan bahwa reliabilitas alat ukur memiliki performasi yang dapat diterima. Dan apabila nilai koefisien *Alpha Cronbach* > 0,80 maka dapat dikatan bahwa reliabilitas dari alat ukur memiliki performasi yang bagus. Hasil pengujian reliabilitas keenam faktor disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Kriteria	Keterangan
0,816	6	0,816 > 0,80	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha*. Secara keseluruhan dari masing-masing faktor memiliki nilai *Cronbach's Alpha* kuesioner penelitian yaitu sebesar 0,816

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang berarti alat ukur tersebut dinyatakan reliabel dengan kategori memiliki performansi yang bagus.

4.3 Cochran Q-test

Untuk menganalisis data, penujian yang dipakai adalah uji *Cochran Q test*.

Rekapitulasi data faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

No	Pertanyaan / Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya membeli pakaian bekas karena kebutuhan pakaian	44	6
2	Saya membeli pakaian bekas karena pendapatan/uang saku	45	5
3	Saya membeli pakaian bekas karena merek produk yang dijual	43	7
4	Saya membeli pakaian bekas karena harga murah	36	14
5	Saya membeli pakaian bekas karena mencoba-coba untuk melihat, dan menggunakan	30	20
6	Saya membeli pakaian bekas karena banyak pilihan pakaian yang tersedia	35	15

Untuk menganalisis masalah dalam penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

4.3.1 Tahap Pertama

Langkah pertama yaitu melakukan pengujian terhadap 6 faktor yaitu terkait dengan X1 kebutuhan pakaian, X2 pendapatan/uang saku, X3 merek produk, X4 harga murah, X5 mencoba – coba untuk melihat – lihat dan menggunakan, X6 banyak pilihan pakaian yang tersedia. Dari semua faktor jawaban “Ya” dilakukan pengujian menggunakan perhitungan statistic dengan uji cochrans dengan program SPSS Statistic 25, dengan hasil sebagai berikut:

$$Q = \frac{(k - 1) \{k \sum C_j^2 - (\sum C_j)^2\}}{k \sum R_i - \sum R_i^2}$$

$$Q = \frac{(6 - 1) \{6 \times 9231 - 233^2\}}{6 \times 233 - 1237}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$Q = \frac{(5) \{55.386 - 54.289\}}{1398 - 1237}$$

$$Q = \frac{(5)(1097)}{161}$$

$$Q = \frac{5.489}{161}$$

$$Q = 34,068$$

- a. Q hitung : 34,068 diperoleh dari perhitungan Cochran Q
- b. $H_0 = X_1 - X_6$ menjadi faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans.
 $H_a =$ salah satu dari $X_1 - X_6$ bukan atau tidak menjadi faktor orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans.
- c. Alpha : 0,05 (5%) dengan $df = 6$, sehingga $Q_{tabel} = 12.591$ diperoleh dari tabel khi kuadrat
- d. Kriteria : Tolak H_0 apabila Q hitung $> 12,591$
 Terima H_0 apabila Q hitung $< 12,591$
- e. Kesimpulan :
 Diperoleh Q hitung (34,068) $>$ Q tabel (12.591), maka perlu dilakukan uji Cochran Q test kembali dengan menghilangkan atribut jawaban “Ya” yaitu mencoba – coba untuk melihat – lihat dan menggunakan (X_5)

4.3.2 Tahap Kedua

$$Q = \frac{(K - 1) \{k \sum C_j^2 - (\sum C_j)^2\}}{k \sum R_i - \sum R_i^2}$$

$$Q = \frac{(5 - 1) \{5 \times 8331 - 203^2\}}{5 \times 203 - 923}$$

$$Q = \frac{(4) \{41.655 - 41.209\}}{1015 - 923}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$Q = \frac{(4)(446)}{92}$$

$$Q = \frac{1789}{92}$$

$$Q = 19.391$$

- a. Q hitung : 19,391 diperoleh dari perhitungan Cochran Q
- b. $H_0 = X_1, X_2, X_3, X_4, X_6$ menjadi faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans.

H_a = salah satu dari X_1, X_2, X_3, X_4, X_6 bukan atau tidak menjadi faktor orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans.

- c. Alpha : 0,05 (5%) dengan $df = 5$, sehingga $Q_{tabel} = 11,070$ diperoleh dari tabel khi kuadrat
- d. Kriteria : Tolak H_0 apabila Q hitung $> 11,070$
Terima H_0 apabila Q hitung $< 11,070$
- e. Kesimpulan :

Diperoleh Q hitung ($19,391$) $>$ Q tabel ($11,070$), maka perlu dilakukan uji Cochran Q test kembali dengan menghilangkan atribut jawaban “Ya” terendah yaitu banyak pilihan pakaian yang tersedia (X_6)

4.3.3 Tahap Ketiga

$$Q = \frac{(k - 1) \{k \sum C_j^2 - (\sum C_j)^2\}}{k \sum R_i - \sum R_i^2}$$

$$Q = \frac{(4 - 1) \{4 \times 7.106 - 168^2\}}{4 \times 168 - 624}$$

$$Q = \frac{(3) \{28.424 - 28.224\}}{672 - 624}$$

$$Q = \frac{(3) (200)}{48}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$Q = \frac{600}{48}$$

$$Q = 12.500$$

- a. Q hitung : 12,500 diperoleh dari perhitungan Cochran Q
- b. $H_0 = X_1, X_2, X_3, X_4$ menjadi faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans.
 $H_a =$ salah satu dari X_1, X_2, X_3, X_4 bukan atau tidak menjadi faktor orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans.
- c. Alpha : 0,05 (5%) dengan $df = 4$, sehingga $Q_{tabel} = 9,487$ diperoleh dari tabel khi kuadrat
- d. Kriteria : Tolak H_0 apabila Q hitung $> 9,487$
 Terima H_0 apabila Q hitung $< 9,487$
- e. Kesimpulan :
 Diperoleh Q hitung (12,500) $> Q$ tabel (9,487), maka perlu dilakukan uji Cochran Q test kembali dengan menghilangkan atribut jawaban “Ya” terendah yaitu harga murah (X_4)

4.3.4 Tahap Keempat

$$Q = \frac{(k - 1) \{k \sum C_j^2 - (\sum C_j)^2\}}{k \sum R_i - \sum R_i^2}$$

$$Q = \frac{(3 - 1) \{3 \times 5810 - 17.424\}}{3 \times 132 - 382}$$

$$Q = \frac{(2) \{17.430 - 17.424\}}{396 - 382}$$

$$Q = \frac{(2)(6)}{14}$$

$$Q = \frac{12}{14}$$

$$Q = 0.857$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Q hitung : 0,857 diperoleh dari perhitungan Cochran Q
 $H_0 = X_1, X_2, X_3$ menjadi faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans.
 $H_a =$ salah satu dari X_1, X_2, X_3 bukan atau tidak menjadi faktor orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans.
- b. Alpha : 0,05 (5%) dengan $df = 3$, sehingga
Qtabel = 7,814 diperoleh dari tabel khi kuadrat
- c. Kriteria : Tolak H_0 apabila Q hitung $> 7,814$
Terima H_0 apabila Q hitung $< 7,814$
- d. Kesimpulan :
Diperoleh Q hitung (0,857) $<$ Q tabel (7,814), maka H_0 diterima
Karena hasilnya menerima H_0 , maka dapat disimpulkan bahwa X_1, X_2, X_3 menjadi faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans.

4.3.5 Tahap Kelima

Pada tahap yang kelima ini dapat diambil kesimpulan bahwa faktor pendorong orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans adalah:

X_1 : Kebutuhan pakaian

X_2 : Pendapatan/uang saku

X_3 : Merek yang dijual

Ketiga faktor inilah yang merupakan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian ini. Dengan dilihat analisis yang ada dan kesimpulan dari jawaban masalah dalam penelitian ini, diketahui bahwa ada 3 faktor yang kuat mendorong orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil analisis data penelitian tentang faktor-faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis karakteristik responden yang pernah membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans, diperoleh data sebagai berikut
 - a. Berdasarkan umur responden diketahui bahwa rentang umur responden yang pernah membeli pakaian bekas di toko Pakaian Bekas Second sans berada antara 15 s/d 25 tahun
 - b. Berdasarkan jenis kelamin responden yang pernah membeli pakaian bekas di toko pakaian bekas second sans dibeli, responden terbanyak adalah laki-laki (84%)
 - c. Berdasarkan pekerjaan responden yang pernah membeli pakaian bekas di toko pakaian bekas second sans dibeli, responden terbanyak adalah mahasiswa (60%).
2. Berdasarkan hasil analisis chochran dapat disimpulkan bahwa dari keenam faktor pendorong orang membeli pakaian bekas hanya ada tiga faktor orang membeli pakaian bekas yaitu
 - a. kebutuhan pakaian
 - b. pendapatan/uang saku
 - c. merek yang dijual.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diberikan saran – saran yaitu :

1. Bagi pemilik toko second sans
2. Berhubungan dengan kebutuhan akan pakaian yang cukup mendominasi faktor orang membeli pakaian bekas sebaiknya pengelola toko pakaian bekas menyediakan pakaian yang layak pakai. Dengan begitu setiap orang yang hendak membeli pakaian bekas tidak merasa dirugikan ketika

membeli pakaian karena pakaian yang dibeli layak untuk dipakai sesuai dengan harga yang harus dikeluarkan oleh pembeli.

3. Terkait dengan alasan pendapatan/uang saku sebaiknya melihat kondisi orang membeli pakaian bekas karena alasan pendapatan sebaiknya penjual juga mempertimbangkan harga yang ditetapkan agar terjangkau untuk pembeli pakaian bekas.
4. Terkait dengan merek produk yang di jual pemilik sebaiknya memperhatikan merek yang dijual diluar dengan harga yang tinggi sementara di toko pakaian bekas bisa dijual dengan harga yang murah.
5. Bagi Peneliti
Bagi peneliti selanjutnya dengan menggunakan metode *Cochran Q test* dapat menambahkan metode lainnya yang berkaitan,tujuannya untuk kesempurnaan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Alwan, Dkk, 2017. *Faktor-Faktor Yang Mendorong Siswa MIA SMAN Mengikuti Bimbingan Belajar Luar Sekolah Di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi*. Vol. 02 No. 01. *Jurnal Program Studi Pendidikan Fisika FKIP Universitas Jambi*.
- Diana, Ledy. 2019. *Perdagangan Pakaian Bekas Impor Mengapa Masih Marak Terjadi*. *Jurnal*. Vol. 3 No.2. *Jurnal Fakultas Hukum, Universitas Riau*.
- Ferdinand,A, 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Irawan dan Basu Swasta DH, *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Liberty, 1986.
- Nofri, O., & Hafifah A. 2018. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar*. Vol. 5, No. 1. *Jurnal Jurusan Manajemen, FEBI UIN Alauddin Makassar*.
- Putri, Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Badan Penerbit Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Sari, Novita. 2018. *Analisis Brand Image The Coffee Cafe Bandar Lampung*. *Jurnal Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi*.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Pendidikan(Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Ri	Ri ²
1	Res 01	22	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
2	Res 02	23	LK	1	1	1	1	1	0	5	25
3	Res 03	24	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
4	Res 04	25	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
5	Res 05	25	LK	1	1	1	1	1	1	6	36
6	Res 06	25	LK	0	0	0	0	1	0	1	1
7	Res 07	23	LK	1	1	1	1	0	1	5	25
8	Res 08	23	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
9	Res 09	24	PR	1	0	0	0	0	0	1	1
10	Res 10	25	PR	0	0	1	1	0	0	2	4
11	Res 11	24	LK	1	1	1	1	1	1	6	36
12	Res 12	24	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
13	Res 13	24	LK	1	1	0	0	0	0	2	4
14	Res 14	25	PR	1	1	1	1	0	0	4	16
15	Res 15	25	LK	0	1	0	0	0	1	2	4
16	Res 16	24	PR	1	1	1	1	0	0	4	16
17	Res 17	24	LK	1	1	1	1	0	1	5	25
18	Res 18	15	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
19	Res 19	23	LK	1	1	1	1	1	1	6	36
20	Res 20	15	PR	1	0	0	0	0	0	1	1
21	Res 21	23	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
22	Res 22	15	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
23	Res 23	22	LK	1	1	1	0	1	0	4	16
24	Res 24	20	LK	1	1	1	1	0	0	4	16
25	Res 25	17	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
26	Res 26	20	LK	1	1	1	0	0	0	3	9
27	Res 27	21	LK	1	1	1	0	0	1	4	16
28	Res 28	21	LK	0	0	0	1	0	0	1	1
29	Res 29	18	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
30	Res 30	22	LK	0	1	0	0	0	0	1	1
31	Res 31	23	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
32	Res 32	23	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
33	Res 33	23	LK	0	1	1	0	0	1	3	9
34	Res 34	24	LK	1	1	1	1	1	1	6	36
35	Res 35	24	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
36	Res 36	23	LK	1	1	1	0	0	0	3	9
37	Res 37	20	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
38	Res 38	20	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
39	Res 39	20	LK	1	1	1	1	1	1	6	36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Ri	Ri ²
40	Res 40	20	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
41	Res 41	19	PR	1	1	1	0	0	1	4	16
42	Res 42	18	LK	1	1	1	0	0	1	4	16
43	Res 43	19	PR	1	1	1	1	1	1	6	36
44	Res 44	20	LK	1	1	1	1	1	1	6	36
45	Res 45	21	LK	1	1	1	1	1	1	6	36
46	Res 46	21	LK	1	1	1	1	1	1	6	36
47	Res 47	22	LK	1	1	1	1	1	1	6	36
48	Res 48	23	LK	1	1	1	1	0	1	5	25
49	Res 49	24	PR	1	1	1	0	0	0	3	9
50	Res 50	20	LK	1	1	1	1	1	1	6	36
			K	1	2	3	4	5	6		
			Cj	44	45	43	36	30	35	233	1237

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 2. Hasil Uji Validitas

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	,492**	,560**	,318*	,327*	,295*	,636**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,024	,021	,037	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	,492**	1	,634**	,238	,272	,509**	,663**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,097	,056	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X3	Pearson Correlation	,560**	,634**	1	,519**	,376**	,491**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,007	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X4	Pearson Correlation	,318*	,238	,519**	1	,582**	,467**	,749**
	Sig. (2-tailed)	,024	,097	,000		,000	,001	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X5	Pearson Correlation	,327*	,272	,376**	,582**	1	,535**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,021	,056	,007	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X6	Pearson Correlation	,295*	,509**	,491**	,467**	,535**	1	,775**
	Sig. (2-tailed)	,037	,000	,000	,001	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	,636**	,663**	,783**	,749**	,756**	,775**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

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

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1	,8800	,32826	50
X2	,9000	,30305	50
X3	,8600	,35051	50
X4	,7200	,45356	50
X5	,6000	,49487	50
X6	,7000	,46291	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	3,7800	2,461	,503	,803
X2	3,7600	2,472	,548	,797
X3	3,8000	2,245	,684	,769
X4	3,9400	2,098	,595	,784
X5	4,0600	2,017	,587	,790
X6	3,9600	2,039	,630	,776

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
4,6600	3,086	1,75674	6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 4. Hasil Uji Cochran Q-Test

Cochran Q-Test : Tahap 1

NPar Tests

Cochran Test

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Value	
	0	1
X1	6	44
X2	5	45
X3	7	43
X4	14	36
X5	20	30
X6	15	35

N	50
Cochran's Q	34,068 ^a
df	5
Asymp. Sig.	,000

a. 1 is treated as a success.

Cochran Q-Test : Tahap 2

NPar Tests

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
X1	6	44
X2	5	45
X3	7	43
X4	14	36
X6	15	35

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	19,391 ^a
df	4
Asymp. Sig.	,001

a. 1 is treated as a success.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cochran Q-Test : Tahap 3

NPar Tests

Cochran Test

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Frequencies	
	0	1
X1	6	44
X2	5	45
X3	7	43
X4	14	36

Test Statistics	
N	50
Cochran's Q	12,500 ^a
df	3
Asymp. Sig.	,006

a. 1 is treated as a success.

Cochran Q-Test : Tahap 4

NPar Tests

Cochran Test

	Value	
	0	1
X1	6	44
X2	5	45
X3	7	43

N	50
Cochran's Q	,857 ^a
df	2
Asymp. Sig.	,651

a. 1 is treated as a success.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 5. Tabel R Product

Nilai-Nilai R Product Moment (r Tabel taraf Signifikan 5% dan 1%)

df	TarafSignif		df	TarafSignif		df	TarafSignif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
1	0.997	0.999	25	0.381	0.487	53	0.266	0.345
2	0.950	0.990	26	0.374	0.478	58	0.254	0.330
3	0.878	0.959	27	0.367	0.470	63	0.244	0.317
4	0.811	0.917	28	0.361	0.463	68	0.235	0.306
5	0.754	0.874	29	0.355	0.456	73	0.227	0.296
6	0.707	0.834	30	0.349	0.449	78	0.220	0.286
7	0.666	0.798	31	0.344	0.442	83	0.213	0.278
8	0.632	0.765	32	0.339	0.436	88	0.207	0.270
9	0.602	0.735	33	0.334	0.430	93	0.202	0.263
10	0.576	0.708	34	0.329	0.424	98	0.195	0.256
11	0.553	0.684	35	0.325	0.418	123	0.176	0.230
12	0.532	0.661	36	0.320	0.413	148	0.159	0.210
13	0.514	0.641	37	0.316	0.408	173	0.148	0.194
14	0.497	0.623	38	0.312	0.403	218	0.138	0.181
15	0.482	0.606	39	0.308	0.398	298	0.113	0.148
16	0.468	0.590	40	0.304	0.393	398	0.098	0.128
17	0.456	0.575	41	0.301	0.389	498	0.088	0.115
18	0.444	0.561	42	0.297	0.384	598	0.080	0.105
19	0.433	0.549	43	0.294	0.380	698	0.074	0.097
20	0.423	0.537	44	0.291	0.376	798	0.070	0.091
21	0.413	0.526	45	0.288	0.372	898	0.065	0.086
22	0.404	0.515	46	0.284	0.368	998	0.062	0.081
23	0.396	0.505	47	0.281	0.364			
24	0.388	0.496	48	0.279	0.361			

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 6. Tabel Kai Kuadrat

α df	0.25	0.10	0.05	0.010	0.005	0.001
1	1.32330	2.70554	3.84146	6.63490	7.87944	10.82757
2	2.77259	4.60517	5.99146	9.21034	10.59663	13.81551
3	4.10834	6.25139	7.81473	11.34487	12.83816	16.26624
4	5.38527	7.77944	9.48773	13.27670	14.86026	18.46683
5	6.62568	9.23636	11.07050	15.08627	16.74960	20.51501
6	7.84080	10.64464	12.59159	16.81189	18.54758	22.45774
7	9.03715	12.01704	14.06714	18.47531	20.27774	24.32189
8	10.21885	13.36157	15.50731	20.09024	21.95495	26.12448
9	11.38875	14.68366	16.91898	21.66599	23.58935	27.87716
10	12.54886	15.98718	18.30704	23.20925	25.18818	29.58830
11	13.70069	17.27501	19.67514	24.72497	26.75685	31.26413
12	14.84540	18.54935	21.02607	26.21697	28.29952	32.90949
13	15.98391	19.81193	22.36203	27.68825	29.81947	34.52818
14	17.11693	21.06414	23.68479	29.14124	31.31935	36.12327
15	18.24509	22.30713	24.99579	30.57791	32.80132	37.69730
16	19.36886	23.54183	26.29623	31.99993	34.26719	39.25235
17	20.48868	24.76904	27.58711	33.40866	35.71847	40.79022
18	21.60489	25.98942	28.86930	34.80531	37.15645	42.31240
19	22.71781	27.20357	30.14353	36.19087	38.58226	43.82020
20	23.82769	28.41198	31.41043	37.56623	39.99685	45.31475
21	24.93478	29.61509	32.67057	38.93217	41.40106	46.79704
22	26.03927	30.81328	33.92444	40.28936	42.79565	48.26794
23	27.14134	32.00690	35.17246	41.63840	44.18128	49.72823
24	28.24115	33.19624	36.41503	42.97982	45.55851	51.17860
25	29.33885	34.38159	37.65248	44.31410	46.92789	52.61966
26	30.43457	35.56317	38.88514	45.64168	48.28988	54.05196
27	31.52841	36.74122	40.11327	46.96294	49.64492	55.47602
28	32.62049	37.91592	41.33714	48.27824	50.99338	56.89229
29	33.71091	39.08747	42.55697	49.58788	52.33562	58.30117
30	34.79974	40.25602	43.77297	50.89218	53.67196	59.70306
31	35.88708	41.42174	44.98534	52.19139	55.00270	61.09831
32	36.97298	42.58475	46.19426	53.48577	56.32811	62.48722
33	38.05753	43.74518	47.39988	54.77554	57.64845	63.87010
34	39.14078	44.90316	48.60237	56.06091	58.96393	65.24722
35	40.22279	46.05879	49.80185	57.34207	60.27477	66.61883
36	41.30362	47.21217	50.99846	58.61921	61.58118	67.98517
37	42.38331	48.36341	52.19232	59.89250	62.88334	69.34645
38	43.46191	49.51258	53.38354	61.16209	64.18141	70.70289
39	44.53946	50.65977	54.57223	62.42812	65.47557	72.05466
40	45.61601	51.80506	55.75848	63.69074	66.76596	73.40196
41	46.69160	52.94851	56.94239	64.95007	68.05273	74.74494
42	47.76625	54.09020	58.12404	66.20624	69.33600	76.08376
43	48.84001	55.23019	59.30351	67.45935	70.61590	77.41858
44	49.91290	56.36854	60.48089	68.70951	71.89255	78.74952
45	50.98495	57.50530	61.65623	69.95683	73.16606	80.07673
46	52.05619	58.64054	62.82962	71.20140	74.43654	81.40033

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

α df	0.25	0.10	0.05	0.010	0.005	0.001
47	53.12666	59.77429	64.00111	72.44331	75.70407	82.72042
48	54.19636	60.90661	65.17077	73.68264	76.96877	84.03713
49	55.26534	62.03754	66.33865	74.91947	78.23071	85.35056
50	56.33360	63.16712	67.50481	76.15389	79.48998	86.66082
51	57.40118	64.29540	68.66929	77.38596	80.74666	87.96798
52	58.46809	65.42241	69.83216	78.61576	82.00083	89.27215
53	59.53435	66.54820	70.99345	79.84334	83.25255	90.57341
54	60.59998	67.67279	72.15322	81.06877	84.50190	91.87185
55	61.66500	68.79621	73.31149	82.29212	85.74895	93.16753
56	62.72942	69.91851	74.46832	83.51343	86.99376	94.46054
57	63.79326	71.03971	75.62375	84.73277	88.23638	95.75095
58	64.85654	72.15984	76.77780	85.95018	89.47687	97.03883
59	65.91927	73.27893	77.93052	87.16571	90.71529	98.32423
60	66.98146	74.39701	79.08194	88.37942	91.95170	99.60723
61	68.04313	75.51409	80.23210	89.59134	93.18614	100.88789
62	69.10429	76.63021	81.38102	90.80153	94.41865	102.16625
63	70.16496	77.74538	82.52873	92.01002	95.64930	103.44238
64	71.22514	78.85964	83.67526	93.21686	96.87811	104.71633
65	72.28485	79.97300	84.82065	94.42208	98.10514	105.98814
66	73.34409	81.08549	85.96491	95.62572	99.33043	107.25788
67	74.40289	82.19711	87.10807	96.82782	100.55401	108.52558
68	75.46124	83.30790	88.25016	98.02840	101.77592	109.79130
69	76.51916	84.41787	89.39121	99.22752	102.99621	111.05507
70	77.57666	85.52704	90.53123	100.42518	104.21490	112.31693
71	78.63374	86.63543	91.67024	101.62144	105.43203	113.57694
72	79.69042	87.74305	92.80827	102.81631	106.64763	114.83512
73	80.74670	88.84992	93.94534	104.00983	107.86174	116.09151
74	81.80260	89.95605	95.08147	105.20203	109.07438	117.34616
75	82.85812	91.06146	96.21667	106.39292	110.28558	118.59909
76	83.91326	92.16617	97.35097	107.58254	111.49538	119.85035
77	84.96804	93.27018	98.48438	108.77092	112.70380	121.09996
78	86.02246	94.37352	99.61693	109.95807	113.91087	122.34795
79	87.07653	95.47619	100.74862	111.14402	115.11661	123.59437
80	88.13026	96.57820	101.87947	112.32879	116.32106	124.83922
81	89.18365	97.67958	103.00951	113.51241	117.52422	126.08256
82	90.23670	98.78033	104.13874	114.69489	118.72613	127.32440
83	91.28944	99.88046	105.26718	115.87627	119.92682	128.56477
84	92.34185	100.97999	106.39484	117.05654	121.12629	129.80369
85	93.39395	102.07892	107.52174	118.23575	122.32458	131.04120
86	94.44574	103.17726	108.64789	119.41390	123.52170	132.27732
87	95.49723	104.27504	109.77331	120.59101	124.71768	133.51207
88	96.54842	105.37225	110.89800	121.76711	125.91254	134.74548
89	97.59932	106.46890	112.02199	122.94221	127.10628	135.97757
90	98.64993	107.56501	113.14527	124.11632	128.29894	137.20835
91	99.70026	108.66058	114.26787	125.28946	129.49053	138.43786
92	100.75031	109.75563	115.38979	126.46166	130.68107	139.66612
93	101.80009	110.85015	116.51105	127.63291	131.87058	140.89313
94	102.84960	111.94417	117.63165	128.80325	133.05906	142.11894

α df	0.25	0.10	0.05	0.010	0.005	0.001
95	103.89884	113.03769	118.75161	129.97268	134.24655	143.34354
96	104.94783	114.13071	119.87094	131.14122	135.43305	144.56697
97	105.99656	115.22324	120.98964	132.30888	136.61858	145.78923
98	107.04503	116.31530	122.10773	133.47567	137.80315	147.01036
99	108.09326	117.40688	123.22522	134.64162	138.98678	148.23036
100	109.14124	118.49800	124.34211	135.80672	140.16949	149.44925



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.