

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang berfokus pada pengaruh biaya parkir terhadap minat beli konsumen, penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kuantitatif dan tergolong ke dalam jenis penelitian kausal.

Menurut (Sugiyono, 2023), menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk mengkaji populasi maupun sampel tertentu melalui instrumen pengumpulan data yang terukur, kemudian dianalisis secara statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Sementara itu, penelitian kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih, yaitu variabel yang memengaruhi (independen) dan variabel yang dipengaruhi (dependen). Pendekatan ini dipandang sesuai dengan penelitian ini, mengingat tujuannya adalah mengukur hubungan sebab-akibat antara biaya parkir sebagai variabel bebas (X) terhadap minat beli konsumen sebagai variabel terikat (Y) pada konsumen di kawasan pedagang kaki lima Alun-Alun Ciparay, Kabupaten Bandung.

Adapun metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu prosedur pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada responden guna memperoleh informasi dari populasi maupun sampel penelitian. Metode ini dipilih karena selaras dengan pelaksanaan penelitian di lapangan, di mana data dihimpun langsung dari konsumen melalui kuesioner berskala Likert dengan lima pilihan jawaban, mulai dari Sangat Setuju (SS) hingga Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan analisis regresi linear sederhana, disertai pengujian hipotesis melalui uji t serta perhitungan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui arah, tingkat signifikansi, dan besarnya kontribusi pengaruh biaya parkir terhadap minat beli konsumen.

Pemilihan jenis penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei ini didasarkan pada kesesuaiannya dengan tujuan penelitian, yaitu membuktikan secara empiris dan terukur ada tidaknya pengaruh biaya parkir terhadap minat beli konsumen. Metode survei juga memungkinkan peneliti memperoleh data langsung dari konsumen yang mengalami sendiri dampak biaya parkir terhadap keputusan berbelanja mereka, sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan kondisi nyata di lapangan secara objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang diteliti secara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu, sehingga hasilnya bersifat objektif, valid, dan dapat dipercaya (Sugiyono, 2023). Objek penelitian ini meliputi dua variabel, yaitu biaya parkir sebagai variabel bebas (X) dan minat beli konsumen sebagai variabel terikat (Y).

Penelitian ini dilakukan terhadap para konsumen yang berbelanja di area pedagang kaki lima di Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung. Mereka adalah orang-orang yang secara langsung merasakan pengaruh dari biaya parkir terhadap minat mereka untuk belanja di tempat tersebut. Dengan demikian, penelitian ini memfokuskan diri pada sejauh mana biaya parkir mempengaruhi keinginan beli konsumen di lokasi yang diteliti.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di area pedagang kaki lima yang ada di alun-alun Ciparay, Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa alun-alun Ciparay merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi informal yang sering dikunjungi oleh masyarakat sekitar. Selain itu, terdapat fenomena nyata terkait kebijakan biaya parkir yang diduga memengaruhi minat beli konsumen di area pedagang kaki lima tersebut.

Penelitian ini dilakukan dari tanggal 21 April sampai 31 Juli. Rentang waktu tersebut dipilih karena dianggap cukup panjang untuk melaksanakan semua tahapan

penelitian secara teratur, mulai dari persiapan awal hingga pembuatan laporan akhir.

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Bulan					
		Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli
1	Persiapan penyusunan proposal dan judul						
2	Penyusunan proposal penelitian dan bimbingan						
3	Seminar proposal						
4	Perbaikan materi Bab I-III, penyusunan instrument penelitian, dan bimbingan.						
5	Pengumpulan data						
6	Pengolahan dan analisis data						
7	Penyusunan laporan penelitian						
8	Pelaporan hasil penelitian dan sidang						

Dengan pembagian waktu tersebut, diharapkan seluruh rangkaian penelitian dapat berjalan secara efektif, terstruktur, dan sistematis, sehingga menghasilkan data yang valid serta mampu mendukung tercapainya tujuan penelitian.

3.4 Variabel dan Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang memiliki sifat, karakteristik, atau nilai tertentu dari orang, objek, atau kegiatan yang bisa berubah atau bervariasi. Hal ini ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2023). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas

Biaya parkir adalah jumlah uang yang dibayarkan oleh pengunjung untuk memarkir kendaraannya saat berkunjung ke pasar kaki lima di alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung.

2. Variabel Terikat

Yaitu Minat Beli Konsumen, merupakan perasaan atau keinginan yang muncul di dalam diri konsumen untuk membeli produk yang dijual oleh pedagang kaki lima di alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung.

3.4.2 Operasional Variabel

Operasionalisasi variable merupakan penjelasan mengenai cara mengukur suatu variable, yang mencakup definisi konseptual, indikator, serta skala pengukuran yang digunakan Menurut (Sugiyono, 2023). Adapun operasionalisasi variable dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber	Skala
Biaya Parkir (X)	Sejumlah biaya yang dikeluarkan konsumen untuk memarkir kendaraan saat mengunjungi kawasan PKL Alun-alun Ciparay	Kewajaran Tarif	Tjiptono dalam Anita dkk., 2022	Likert (1-5)
		Keterjangkauan Biaya		Likert (1-5)
		Kejelasan Informasi Tarif		Likert (1-5)
		Kesesuaian Biaya dengan Manfaat		Likert (1-5)
Minat Beli Konsumen (Y)	Kecenderungan seseorang melakukan pembelian produk di kawasa PKL Alun-alun Ciparay Kabupaten Bandung	Minat Transaksional	Faradiba & Annas, 2024	Likert (1-5)
		Minat Referensial		Likert (1-5)
		Minat Prefensial		Likert (1-5)
		Minat Eksploratif		Likert (1-5)

3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada pedagang kaki lima di kawasan Alun-Alun Ciparay, Kabupaten Bandung, sekaligus menggunakan fasilitas parkir di lokasi tersebut.

Populasi dalam penelitian ini bersifat tidak terhingga (*infinite population*), karena jumlah konsumen yang datang dan melakukan transaksi di kawasan tersebut tidak dapat diketahui secara pasti dan terus mengalami perubahan setiap harinya, mengingat sifat aktivitas perdagangan kaki lima yang bersifat terbuka dan berkelanjutan. Adapun karakteristik populasi dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut.

1. Konsumen yang datang dan melakukan pembelian produk pada pedagang kaki lima di kawasan Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung.
2. Konsumen yang menggunakan dan membayar biaya parkir pada saat melakukan aktivitas pembelian di kawasan tersebut.

Pemilihan populasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa konsumen yang datang ke kawasan pedagang kaki lima Alun-alun Ciparay merupakan pihak yang paling relevan dan kompeten untuk memberikan informasi mengenai pengaruh biaya parkir terhadap minat beli, karena mereka mengalami dan merasakan langsung kondisi yang menjadi objek penelitian ini. Oleh karena itu jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow, yang menghasilkan jumlah sampel minimum sebanyak 96 responden.

3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Menurut (Sugiyono, 2021), purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, sehingga pengambilan sampel tidak dapat dilakukan secara acak dari keseluruhan populasi, melainkan didasarkan pada kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus lemeshow, karena jumlah sampel populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus ini berguna untuk mengetahui jumlah sampel paling sedikit yang dibutuhkan dalam penelitian kuantitatif agar hasil data yang didapat masih bisa mewakili kondisi yang sebenarnya. Rumus:

$$n = \frac{Z^2 \cdot \rho (1 - \rho)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Skor Z Pada Tingkat kepercayaan 95% (1.96)

P = Proporsi Populasi (0.5)

d = Margin of error (0.1)

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Lemeshow, diperoleh jumlah sampel sebesar 96,04 responden. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian pada pedagang kaki lima di kawasan Alun-Alun

Ciparay Kabupaten Bandung dan pernah menggunakan atau membayar biaya parkir di lokasi tersebut. Setiap konsumen yang ditemui di lokasi penelitian dan memenuhi kedua kriteria tersebut berhak dijadikan responden, sedangkan yang tidak memenuhi kriteria tidak diikutsertakan sebagai sampel penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahap paling penting dalam melakukan penelitian karena tujuan utama dari penelitian itu sendiri adalah memperoleh data. Menurut Sugiyono (2023), cara mengumpulkan data bisa dilakukan dengan metode wawancara, kuesioner, observasi, atau gabungan dari ketiga cara tersebut. Tanpa tahu cara mengumpulkan data, peneliti tidak mungkin mendapatkan data yang memenuhi standar yang sudah ditetapkan. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan meliputi kuesioner, observasi, serta studi pustaka. Berikut ini penjelasan mengenai setiap metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada orang yang diwawancarai, sehingga mereka bisa menjawabnya. Menurut Sugiyono (2023), kuesioner merupakan cara yang efisien untuk mengumpulkan data jika peneliti sudah mengetahui secara pasti variabel-variabel yang akan diukur dan juga memahami apa yang diharapkan dari para responden. Kuesioner cocok digunakan ketika jumlah orang yang menjawab cukup banyak dan berada di daerah yang jauh-jauh.

Dalam penelitian ini, kuesioner diberikan secara langsung kepada konsumen yang sedang berkunjung dan berbelanja di area pedagang kaki lima di Alun-alun Ciparay, Kabupaten Bandung. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, yang berarti jawaban sudah disediakan oleh peneliti, sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang paling cocok dengan pengalaman atau kondisi yang mereka alami. Kuesioner dalam penelitian ini berisi berbagai pernyataan yang terkait dengan variabel biaya parkir (X) dan variabel minat beli konsumen (Y).

2. Observasi

Observasi adalah metode mengumpulkan informasi dengan melihat langsung terhadap benda atau hal yang sedang diteliti. Menurut Sugiyono (2023), observasi sebagai metode pengumpulan data memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan metode lain seperti wawancara dan kuesioner. Observasi juga dilakukan terhadap berbagai objek alam yang lainnya.

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan langsung di lokasi pedagang kaki lima yang berada di Alun-Alun Ciparay, Kabupaten Bandung. Observasi dilakukan untuk melihat kondisi nyata di lapangan, terutama mengenai sistem pengelolaan parkir, tarif biaya parkir yang digunakan, kondisi area parkir, serta aktivitas belanja konsumen di wilayah PKL tersebut. Hasil observasi digunakan sebagai bantuannya untuk memperkuat dan melengkapi informasi yang diperoleh dari kuesioner, sehingga kondisi di lapangan bisa dijelaskan secara lebih rinci dan terang.

3. Studi Pustaka

Studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data dengan cara mempelajari, menganalisis, dan memahami berbagai bahan tertulis yang terkait dengan topik yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2023), studi kepustakaan melibatkan pemahaman tentang teori-teori dan sumber referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya, dan norma yang muncul dalam situasi sosial yang sedang diteliti. Selain itu, penelitian tidak bisa terlepas dari referensi-referensi ilmiah yang sudah ada.

Dalam penelitian ini, dilakukan studi kepustakaan dengan mencari dan membaca berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel, serta hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan biaya parkir dan minat beli konsumen. Studi kepustakaan digunakan sebagai dasar teori yang mendukung penelitian ini, serta sebagai acuan dan bahan banding dalam menganalisis hasil penelitian. Sumber-sumber buku yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari perpustakaan, jurnal ilmiah yang terindeks, serta berbagai sumber yang bisa dipercaya dan relevan dengan topik yang dibahas.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variable biaya parkir (X) dan

minat beli (Y). Sebelum digunakan sebagai alat pengumpulan data, instrument terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variable yang diteliti secara tepat dan konsisten

3.7.1 Bentuk Instrumen Penelitian (Kuesioner)

1. Identitas Responden

Identitas Responden: Usia, Jenis Kelamin, Frekuensi Kunjungan ke kawasan PKL Alun-alun Ciparay, dan Jenis Kendaraan yang digunakan.

2. Instrumen Variabel Penelitian

1) Biaya Parkir (X)

Indikator: Kewajaran Tarif, Keterjangkauan Biaya, Kejelasan Informasi Tarif, Kesesuaian Biaya dengan Manfaat.

Contoh Item:

- (1) Tarif parkir yang dikenakan dikawasan Alun-alun Ciparay sesuai dengan standar yang berlaku
- (2) Biaya parkir di kawasan Alun-alun Ciparay tidak memberatkan secara finansial
- (3) Petugas parkir menyampaikan besaran tarif parkir secara jelas dan terbuka
- (4) Biaya parkir yang saya keluarkan sebanding dengan fasilitas yang saya peroleh

2) Minat Beli Konsumen (Y)

Indikator: Minat Transaksional, Minat Referensial, Minat Preferensial, Minat Eksploratif.

Contoh Item:

- (1) Saya berniat untuk melakukan pembelian produk pada pedagang kaki lima di kawasa Alun-alun Ciparay
- (2) Saya bersedia merekomendasikan kawasan PKL Alun-alun Ciparay kepada orang-orang terdekat saya
- (3) Saya menjadikan PKL di kawasan Alun-alun Ciparay sebagai pilihan utama ketika ingin berbelanja

- (4) Saya tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut mengenai produk yang tersedia dikawasan PKL alun-alun Ciparay

3. Skala Pengukuran (Likert 1-5)

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Cukup Setuju
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

3.7.2 Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang sedang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2023), Uji validitas dilakukan agar bisa mengetahui apakah alat ukur dalam penelitian itu benar-benar tepat dan cocok digunakan sesuai dengan tujuan penelitian tersebut. Metode yang digunakan untuk menguji validitas adalah Korelasi *Product Moment* (Pearson), yaitu dengan menghubungkan skor setiap item pernyataan dengan skor total variabel tersebut.

Kriteria:

1. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka pernyataan tersebut dianggap valid.
2. Jika nilai r hitung lebih kecil atau sama dengan r tabel, maka pernyataan tersebut dianggap tidak valid, sehingga perlu dihilangkan atau diperbaiki.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan memahami sejauh mana jawaban responden konsisten terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner penelitian. Alat dikatakan dapat dipercaya jika menghasilkan nilai yang sama ketika digunakan untuk mengukur variabel yang sama pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, untuk memeriksa tingkat konsistensi instrumen yang digunakan, dilakukan pengujian reliabilitas dengan metode Cronbach Alpha. Menurut (Ghozali, 2018), suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha yang dihasilkan berada di atas ambang batas yang telah ditetapkan.

Kriteria:

1. Jika nilai Cronbach Alpha (α) $\geq 0,70$, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai Cronbach Alpha (α) $< 0,70$, maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun simultan. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS agar pengolahan data lebih sistematis, objektif, dan akurat.

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linier sederhana yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi persyaratan dan asumsi-asumsi statistik yang diperlukan sehingga hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara tepat dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal atau tidak. Menurut Sugiyono (2023), dalam menggunakan metode statistik parametris, diperlukan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov, dan hasilnya dianalisis menggunakan program SPSS.

Kriteria pengujian normalitas adalah sebagai berikut: apabila nilai signifikansi (Asymp. Jika nilai signifikansi (Asymp.Sig.) lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka data tidak berdistribusi normal. Jika nilai $\text{sig.} \leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Data yang memiliki distribusi normal adalah syarat wajib yang harus terpenuhi sebelum melakukan analisis regresi linier sederhana.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varians residual antar satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Menurut Sugiyono (2023), model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan cara menggambar grafik Scatterplot, dan bantuan dari program SPSS digunakan.

Kriteria untuk menguji adanya heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik Scatterplot adalah sebagai berikut: jika titik-titik pada grafik tersebut menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

3. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan linier antara variabel independen yaitu biaya parkir dengan variabel dependen yaitu minat beli konsumen atau tidak. Menurut Sugiyono (2023), hubungan yang lurus antara variabel bebas dengan variabel tergantung merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam menggunakan analisis regresi linear. Dalam penelitian ini, uji linearitas dilakukan dengan menggunakan tes linearitas pada program SPSS. Kriteria untuk menguji linearitas adalah sebagai berikut: jika nilai signifikansi pada Deviation from Linearity lebih besar dari 0,0, maka hubungan antara variabel biaya parkir dengan variabel minat beli konsumen dianggap bersifat linear. Sebaliknya, jika nilai signifikansi pada penyimpangan dari linearitas.

3.8.2 Uji Hipotesis (Uji T)

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji t atau uji parsial. Menurut (Sugiyono, 2023), uji t secara dasar menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas atau variabel independen secara sendirian dalam menjelaskan perbedaan atau variasi pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel biaya parkir (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli konsumen (Y)

para pedagang kaki lima di Alun-Alun Ciparay, Kabupaten Bandung. Rumus uji t yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti ini.

$$t = \frac{r \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

t = Nilai t hitung

r = Nilai koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Jumlah responden

Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung > t tabel atau nilai signifikansi < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya biaya parkir berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pedagang kaki lima di Alun-Alun Ciparay Kabupaten Bandung.
2. Jika nilai t hitung ≤ t tabel atau nilai signifikansi ≥ 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya biaya parkir tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pedagang kaki lima di Alun-Alun Ciparay Kabupaten Bandung.

3.8.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk melihat dampak satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Menurut Sugiyono (2023), regresi linier sederhana menggambarkan hubungan antara satu variabel independen dan satu variabel dependen, baik berupa hubungan fungsional maupun hubungan sebab-akibat. Dalam penelitian ini, metode analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel biaya parkir (X) terhadap variabel minat beli konsumen (Y) para pedagang kaki lima di Alun-Alun Ciparay, Kabupaten Bandung. Persamaan umum regresi linier sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

a = Konstanta, yaitu nilai Y apabila X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu besarnya pengaruh X terhadap Y

Y= Variabel dependen (Minat Beli Konsumen)

X = Variabel independen (Biaya Parkir)

3.8.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa persen pengaruh variabel independen dalam menjelaskan perubahan nilai variabel dependen. Menurut Sugiyono (2023), koefisien determinasi (R^2) adalah hasil kuadrat dari koefisien korelasi, yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada dalam rentang dari 0 hingga 1. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh biaya parkir (X) terhadap minat beli konsumen (Y) para pedagang kaki lima di Alun-Alun Ciparay, Kabupaten Bandung. Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi adalah seperti ini.

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Kuadrat dari nilai koefisien korelasi

Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka semakin besar kemampuan variabel biaya parkir dalam menjelaskan variasi pada variabel minat beli konsumen. Sebaliknya, apabila nilai R^2 semakin mendekati angka 0, maka semakin kecil kemampuan variabel biaya parkir dalam menjelaskan variasi minat beli konsumen, yang mengindikasikan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain di luar biaya parkir yang turut mempengaruhi minat beli konsumen, seperti kualitas produk, harga, lokasi, atau pelayanan pedagang yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.