



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 14490-14509

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Kebijakan, Pengelolaan Pasar dan Citra Pasar Terhadap Kepuasan Penyewa Kios dan Meja Di PT Panatramas Nusantara Batam

Yuni Adelia¹, Muhammad Sidik², Adnan³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ibnu Sina

¹Yuniadelia664@gmail.com, ²muhammad.sidik@uis.ac.id, ³adnan@uis.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kebijakan (X1), pengelolaan pasar (X2), dan citra pasar (X3) terhadap kepuasan penyewa (Y) pada PT Panatramas Nusantara di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner langsung kepada pedagang pasar di bawah naungan PT Panatramas Nusantara. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 68 responden yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan bantuan program SPSS melalui uji regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Kebijakan, pengelolaan pasar, dan citra pasar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penyewa di PT Panatramas Nusantara di Kota Batam dengan nilai F hitung sebesar 266,550 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara parsial, kebijakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penyewa dengan nilai t hitung sebesar 1,254 dan signifikansi sebesar $0,214 > 0,05$. Pengelolaan pasar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penyewa dengan nilai t hitung sebesar 3,169 dan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Citra pasar juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penyewa dengan nilai t hitung sebesar 4,322 dan signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,926 (Adjusted R square = 0,922), artinya 92,0% variasi kepuasan penyewa dapat dijelaskan oleh variabel Kebijakan, Pengelolaan Pasar, dan Citra Pasar, sedangkan sisanya sebesar 8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kebijakan, Pengelolaan Pasar, Citra Pasar, Kepuasan Penyewa

1. Latar Belakang

Pasar tradisional merupakan pusat kegiatan antara penjual dan pembeli yang dilakukan secara langsung dengan adanya transaksi jual beli. Bisa juga disebut sebagai pasar yang berkembang di masyarakat dan juga menjadikan pusat bisnis bagi para pedagang yang menawarkan berbagai bahan pangan yang masih segar seperti sayur, ikan, ayam, daging, buah, bumbu, santan dan masih banyak lagi yang dapat ditemui di pasar tradisional. Selain itu pasar tradisional juga menawarkan harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan pasar modern. Pada dasarnya pasar tradisional juga bisa didapati di setiap wilayah baik pedesaan maupun perkotaan yang dapat memudahkan jangkauan warga untuk berbelanja, apalagi pasar tradisional banyak mayoritas pembeli adalah ibu rumah tangga.

Kota Batam yang merupakan kawasan perdagangan bebas memiliki pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat. Pertumbuhan jumlah penduduk yang cepat di daerah seperti Tanjung Piayu telah meningkatkan kebutuhan akan pusat belanja yang dapat mewakili wilayah tersebut. PT Panatramas Nusantara hadir sebagai penyedia fasilitas perdagangan seperti kios dan meja yang menjadi tempat berjualan penting bagi banyak pedagang lokal. Pasar ini tidak hanya menjadi tempat berjual beli, tetapi juga menjadi sumber utama bagi perekonomian kecil di wilayah Tanjung Piayu.

Dalam bidang industri perdagangan, penyewa merupakan aset yang sangat penting. Kepuasan penyewa menjadi indikator keberhasilan manajemen. Karena di Batam banyak sekali pilihan tempat usaha, PT Panatramas Nusantara tidak hanya menyewakan lahan saja, tetapi juga harus memberikan pengalaman berbisnis yang menyenangkan agar para penyewa tidak pindah ke tempat lain yang bersaing.

Kebijakan merupakan serangkaian keputusan, tindakan, atau aturan yang dibuat oleh pihak berwenang sebagai pedoman dalam mencapai tujuan tertentu. Kebijakan disusun untuk mengarahkan tindakan, menyelesaikan

Pengaruh Kebijakan, Pengelolaan Pasar dan Citra Pasar Terhadap Kepuasan Penyewa Kios dan Meja Di PT Panatramas Nusantara Batam

masalah, serta menjadi dasar dalam pelaksanaan kegiatan atau program. Kebijakan juga dapat diartikan sebagai pedoman yang mengatur perilaku dan aktivitas pengelola maupun pihak terkait, termasuk penyewa, agar kegiatan berjalan secara teratur, efektif, dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Seiring perkembangan zaman banyak kebijakan yang ditetapkan oleh pengelola pasar tradisional di PT Panatramas Nusantara demi memajukan pasar untuk memenuhi kebutuhan pembeli dan penyewa.

Munculnya beberapa keluhan pada pengurus tentang akses jalan yang sempit, karena banyak penyewa yang melakukan perluasan meja dan kios sehingga mengganggu proses jual-beli. Dengan itu, pengurus pasar membuat kebijakan panataan ulang meja dan kios sesuai dengan ukuran awal yang telah ditetapkan oleh PT Panatramas Nusantara. Disisi lain, penyewa terpaksa melakukan perluasan area dagang karena ukuran yang ditetapkan oleh PT Panatramas Nusantara dianggap tidak mampu menampung seluruh dagangan penyewa. Kebijakan lain yang ditetapkan oleh PT Panatramas Nusantara yaitu larangan penyewaan kembali kios dan meja oleh penyewa resmi, namun kebijakan ini menyebabkan masalah sosial yang memengaruhi kepuasan para penyewa, terutama para pedagang yang sudah lama berjualan. Di lapangan terlihat bahwa banyak penyewa lama sudah tidak mampu berjualan lagi secara aktif karena usia mereka yang sudah tua. Bagi mereka menyewakan lapak kepada pihak lain bukanlah untuk mencari keuntungan tetapi untuk mempertahankan lapak yang mereka bangun selama bertahun-tahun.

Pengelolaan pasar merupakan serangkaian kegiatan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan oleh pengurus pasar dalam rangka mengatur dan mengendalikan seluruh aktivitas pasar agar berjalan tertib, efektif, dan berkelanjutan. Pengelolaan pasar mencakup upaya menjaga kebersihan, keamanan, ketertiban, penataan fasilitas, pelayanan kepada pedagang atau penyewa, serta pengaturan sarana dan prasarana pasar.

Aspek pengelolaan pasar menunjukkan ada beberapa masalah teknis yang cukup berpengaruh. Seperti pemberian fasilitas kebersihan yang tidak adil, di mana penyewa kios diberi tempat sampah sementara penyewa meja tidak mendapatkan fasilitas yang sama. Kurangnya perawatan infrastruktur seperti saluran air yang tidak sering dibersihkan menyebabkan tersumbatnya aliran air yang tidak menghasilkan bau yang tidak enak, sehingga kondisi ini menimbulkan ketidaknyamanan dan berpotensi menurunkan kepuasan penyewa.

Ketidaknyamanan para penyewa terhadap pengelolaan pasar yang seringnya diabaikan oleh pengurus pasar di PT Panatramas Nusantara. Jika hal tersebut dapat berjalan dengan baik, tidak menutup kemungkinan pasar PT. Panatramas Nusantara akan dapat diminati oleh masyarakat sebagai tempat pemenuhan barang pokoknya, karna pada dasarnya salah satu permasalahan terbesar pasar PT. Panatramas Nusantara adalah pada sistem pelayanan dan juga manajemen pengelolaan yang kurang prima yang membuat permasalahan pasar tidak kunjung terselesaikan.

Citra pasar merupakan persepsi, kesan, dan penilaian yang terbentuk dalam benak konsumen atau masyarakat terhadap suatu pasar berdasarkan pengalaman, informasi, serta interaksi yang dirasakan. Dan citra pasar merupakan hasil evaluasi konsumen terhadap keseluruhan aktivitas dan kondisi pasar, yang kemudian memengaruhi sikap, kepercayaan, dan kepuasan untuk berbelanja atau menyewa tempat usaha di pasar PT. Panatramas Nusantara.

Masalah utama yang pernah merusak citra pasar dikarenakan adanya biaya parkir yang membuat pengunjung merasa tidak nyaman dan menyebabkan penurunan pendapatan para penyewa. Meskipun pihak pengurus sudah mampu mengatasi kebijakan parkir, upaya tersebut belum berhasil meningkatkan jumlah pengunjung maupun pendapatan para pedagang secara nyata. Selain itu, citra Pasar PT Panatramas Nusantara juga dinilai kurang bagus di kalangan para penyewa. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan penyewa, antara lain pengelola pasar PT. Panatramas Nusantara dengan sesuka hati menaikkan harga sewa tidak diikuti dengan peningkatan jumlah pembeli. Citra PT Panatramas Nusantara juga terkendala oleh persepsi konsumen yang menganggap harga bahan pokok di pasar lain lebih murah, lokasi yang lebih ramai dan luas. Hal ini menciptakan citra bahwa pasar ini kalah bersaing secara daya tarik dibandingkan pasar lain di wilayah sekitarnya.

Untuk menunjukkan bahwa permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini muncul dari pengalaman nyata para penyewa yang sudah lama menempati pasar, berikut ini adalah data mengenai lamanya masa sewa pedagang di PT Panatramas Nusantara.

Tabel 1. Masa Sewa Pedagang di PT Panatramas Nusantara

Masa Sewa	Jumlah Penyewa	Kategori
<1 Tahun	4	Merintis
1 – 5 Tahun	8	Senior
6 – 10 Tahun	11	Sangat Senior
>10 Tahun	45	Loyalitas Tinggi
Total penyewa	68	

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis

Kepuasan penyewa adalah indikator penting dalam menentukan sejauh mana PT Panatramas Nusantara berhasil dalam mengelola pasar. Dalam bisnis jasa penyewaan, kepuasan penyewa tidak hanya tergantung pada tersedianya ruang fisik saja, tetapi juga terbentuk dari persepsi mereka terhadap kebijakan yang diterapkan, kualitas pengelolaan, hingga citra pasar yang dibangun oleh pihak PT Panatramas Nusantara. Para pedagang merasa puas ketika mereka mendapat kesempatan yang seimbangan antara biaya sewa yang dikeluarkan dengan hasil pendapatan. Namun, fenomena yang terjadi menunjukkan adanya penurunan kepuasan, terlihat dari banyaknya keluhan mereka mengenai akses jalan sempit serta kapasitas meja dagang yang tidak memadai untuk kebutuhan sebenarnya para penyewa.

Selain itu, tingkat kepuasan di PT Panatramas Nusantara sangat penting karena sebagian besar responden adalah penyewa lama yang telah lama menyewa selama bertahun-tahun. Kepuasan penyewa lama cenderung lebih sulit dipertahankan karena mereka memiliki standar ekspektasi yang tinggi terhadap konsistensi layanan. Munculnya ketidakadilan yang dilakukan oleh pengurus dalam pengelolaan sampah, masalah saluran air yang menyebabkan ketidaknyamanan dalam berdagang, serta kenaikan harga sewa yang mendadak menunjukkan bahwa harapan penyewa belum tercapai secara baik. Jika ketidakpuasan ini dibiarkan tanpa adanya evaluasi terhadap kebijakan, pengelolaan dan citra pasar, maka hal ini berpotensi memicu perpindahan pedagang ke pasar pesaing di wilayah Batam lainnya yang menawarkan fasilitas lebih memadai, yang pada akhirnya akan merugikan stabilitas pendapatan perusahaan.

Berdasarkan beberapa uraian latar belakang diatas dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kebijakan, pengelolaan pasar dan citra pasar dalam meningkatkan kepuasan penyewa di PT Panatramas Nusantara. Maka dibuatlah penelitian yang berjudul.

“PENGARUH KEBIJAKAN, PENGELOLAAN PASAR DAN CITRA PASAR TERHADAP KEPUASAN PENYEWA KIOS DAN MEJA DI PT PANTRAMAS NUSANTARA”

2. Metode Penelitian

a. Lokasi dan Waktu Penelitian

1) Lokasi Penelitian

Tempat yang menjadi objek penelitian penulis adalah pada PT Panatramas Nusantara. Perusahaan ini berlokasi di Jl. S. Parman, Komp. Ruko Pasar Pancur Blok K No. 5 Tanjng Piayu, Sei Beduk Batam, sebuah Perusahaan yang bergerak di bidang Developer, Kontraktor dan Perdagangan.

2) Waktu Penelitian

Jadwal penelitian ini dilakukan pada awal bulan Oktober 2025 sampai April 2026. Tahapan pada penelitian ini diawali dari melakukan observasi sehingga peneliti menemukan permasalahan yang terjadi. Kemudian peneliti melakukan penelitian selama dua bulan mulai dari awal pengajuan judul sampai waktu pelaksanaan diadakan seminar proposal. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Jadwal Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Okt 2025	Nov 2025	Des 2025	Jan 2026	Feb 2026	Mar 2026	Apr 2026
1	Pengajuan Judul							
2	Pembuatan Proposal							
3	Seminar proposal							
4	Pembuatan Skripsi							
5	Sidang Skripsi							

Sumber: Data olahan peneliti 2025

b. Populasi dan Sampel Penelitian

1) Populasi

Sugiyono, (2016: 80) menyatakan populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti. Populasi pada penelitian ini yaitu 68 responden dari keseluruhan jumlah populasi yang disebar kepada penyewa PT. Panatramas Nusantara.

2) Sampel

Sugiyono, (2016: 81) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representif (mewakili).

Teknik sampling di penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Menurut Sugiyono, (2016: 82). *Simple random sampling* dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode sampling jenuh (sensus). Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini dilakukan karena jumlah populasi yang relative kecil dan ingin membuat generalisasi dengan tingkat kesalahan yang sangat kecil. Mengingat responden dalam penelitian ini adalah penyewa lama di PT Panatramas Nusantara, maka seluruh anggota populasi yang memenuhi kriteria tersebut diambil sebagai responden penelitian. dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 68 orang.

c. Definisi Operasional Variabel

Sugiyono, (2016: 38) menyatakan variabel merupakan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lai atau satu obyek dengan obyek yang lain. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu.

1) Variabel Dependen

Sugiyono, (2016: 39) menyatakan variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat penyewa (Y). Lesmana (2024: 4) mengutip dari Robi’ah dan Adinugraha menyatakan indikator minat sewa adalah keinginan untuk menyewa produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, insentif, dan mencari informasi.

2) Variabel Independen

Sugiyono, (2016: 39) menyatakan variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kebijakan (X1), pengelolaan (X2) dan citra (X3).

Tabel 3. Operasional variabel

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
Kebijakan (X1)	Kebijakan adalah acuan atau pedoman untuk mencapai tujuan yang diinginkan berdasarkan kepentingan utama dari sistem yang menentukan pencapaian kebijakan.	1. Produktivitas 2. Kualitas Kerja 3. Absensi 4. Tingkat <i>Turnover</i> 5. Kepuasan Kerja	Likert
Pengelolaan (X2)	Pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar tradisional	1. Perencanaan Pasar 2. Pengorganisasian Pasar 3. Pengarahan Pasar 4. Pengawasan Usaha 5. Pemeliharaan Fasilitas Pasar	Likert
Citra pasar (X3)	Suatu gambaran, kesan, dan persepsi yang terbentuk dalam benak konsumen atau penyewa terhadap suatu pasar	1. Reputasi 2. Bernilai tinggi 3. Kelengkapan	Likert

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.8131>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

	sebagai hasil dari pengalaman langsung maupun informasi yang diterima, yang mencakup penilaian terhadap kualitas produk, harga, pelayanan, fasilitas, lingkungan, serta reputasi pasar secara keseluruhan.	<p style="text-align: center;">fasilitas</p> <p>4. Lokasi dan aksesibilitas</p> <p>5. Harga dan nilai ekonomis</p>	
Kepuasan Penyewa (Y)	Kepuasan penyewa adalah perasaan dan pikiran seorang pedagang tentang kualitas kerja sama dengan pihak pengurus pasar, yang didasarkan pada perbandingan antara harapan dengan pengalaman nyata saat menggunakan layanan tersebut.	<p>1. Kualitas unit dan fasilitas yang disewakan</p> <p>2. Kualitas pelayanan yang diberikan</p> <p>3. Harga sewa</p> <p>4. Kepuasan mengakses layanan</p> <p>5. Cara mengiklankan pasar</p>	Likert

Sumber: Data diolah oleh penulis 2025

d. Jenis dan Sumber Data

1) Jenis Data

Sugiyono, (2016: 4) menyatakan jenis penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan, dan tingkat kealamiah (susunan alam) dari objek yang diteliti. Ada dua jenis penelitian, yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini penelitian lapangan, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam pembahasan kali ini, peneliti akan fokus pada pengaruh kebijakan, pengelolaan dan citra pasar Terhadap kepuasan penyewa kios dan meja di PT. Panatramas Nusantara.

2) Sumber Data

Dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder.

a). Data Primer

Sumber data primer diperoleh secara langsung dari responden penelitian, yaitu penyewa kios dan meja di PT Panatramas Nusantara, melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian.

b). Data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari berbagai literatur yang relevan dengan penelitian, seperti buku teks, jurnal ilmiah, laporan perusahaan, dokumen resmi, serta sumber tertulis lain yang mendukung penelitian ini.

e. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat diperlukan untuk mendukung suatu penelitian diantaranya teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan data. Sugiyono, (2016: 137-145) menyatakan teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1) Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diselidiki, dan juga jika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan sejumlah kecil responden.

2) Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. .

3) Observasi

Jika wawancara dan kuisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek alam lainnya.

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data dengan cara melakukan penyebaran kuesioner berupa pengisian pertanyaan/pernyataan yang disebarakan ke responden PT. Panatramas Nusantara. Teknik pengolah data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Software* SPSS serta menggunakan skala likert untuk mengukur nilai variabel yang diteliti.

f. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian merupakan tahapan yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam penelitian mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Instrumen penelitian yang baik harus memenuhi kriteria valid dan reliabel.

1) Uji Validitas

Sugiyono, (2016: 121) menyatakan hasil penelitian yang Valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data (pengukuran) adalah relevan. Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.MA., (2018: 102-103) menyatakan bila X' dan Y' Masing-masing dinyatakan dalam satuan simpangan bakunya, dan penelitian akan mendapatkan ukuran korelasi yang tidak bergantung pada satuan aslinya.

Janna (2021: 2) menyatakan pengujian validitas yang mengkorelasikan antar masing-masing skor item indikator dengan total skor konstruk. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05.

a). Kriteria pengujiannya yaitu:

H0 diterima apabila r hitung $>$ r tabel , (alat ukur yang digunakan valid atau sah)

H0 ditolak apabila r statistik \leq r tabel. (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah)

b). Cara menentukan besar nilai R tabel

R tabel = df (N-2), tingkat signifikansi uji dua arah. Misalnya R tabel = df (13-2, 0,05). Untuk mendapatkan nilai R tabel kita harus melihat ditebal R.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{(n \sum xy - \sum x \sum y)}{\sqrt{\sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien reliabilitas

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

n = Jumlah sampel

2) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, (2016: 121-132) Instrumen yang menghasilkan data yang konsisten secara berulang untuk pengukuran suatu objek yang sejenis merupakan Pengujian Reliabilitas. Terdapat berbagai metode untuk menguji reliabilitas data, yaitu:

Tes Ulang, Formula Flanagan, Cronbach's Alpha, Formula KR (Kuder-Richardson), Anova Hoyt

Meskipun terdapat berbagai metode untuk menguji reliabilitas, Cronbach's Alpha umumnya digunakan untuk data penelitian dan survei. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan teknik Alpha Cronbach. Perhitungan variabel dilakukan dengan cara mengkonsultasikan koefisiensi reliabilitas hitung dengan nilai standar reliabilitas. Adapun nilai standar reliabilitas adalah 0,60 Artinya variabel akan dinyatakan reliabel apabila nilai Alpha Cronbach $>$ 0,60 sebaliknya jika nilai Alpha Cronbach $<$ 0,60 maka variabel dinyatakan tidak reliable.

g. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan pendekatan statistik. Data yang telah terkumpul dari hasil penyebaran kuesioner selanjutnya diolah dan dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak statistik. Analisis data bertujuan untuk menguji pengaruh kebijakan, pengelolaan dan citra pasar terhadap kepuasan penyewa kios dan meja pasar di PT. Panatramas Nusantara. Variabel yang diukur dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk kuesioner, dan skala Likert digunakan untuk mengevaluasi tanggapan. Skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, atau opini yang dimiliki individu atau kelompok mengenai peristiwa atau fenomena sosial.

Dalam proses evaluasi skala Likert digunakan prosedur pengukuran ordinal, dan nilai dari 1 hingga 5 diberi bobot sesuai dengan kriteria berikut.

Tabel 4. Skala Likert

NO	Variabel	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.8131>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Setelah skala Likert didapat, skor dijumlahkan sesuai dengan jumlah item pertanyaan. Hal ini merupakan komponen kunci dari penelitian. Berikut adalah metode analitis yang digunakan.

1) Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden serta kecenderungan jawaban responden terhadap setiap indikator variabel penelitian. Menurut Sugiyono, (2016: 147) Analisis statistik deskriptif adalah analisis untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu variabel bebas untuk menganalisis satu atau lebih variabel (variabel bebas atau variabel terikat), tanpa membandingkan variabel dan mencari keterkaitan dengan variabel tersebut.

2) Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi.

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam Ayuwardani & Isroah, (2018: 148) menyatakan untuk menentukan model regresi terdistribusi secara normal dapat dilakukan pengujian normalitas. Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah jika data menyebar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.

b) Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali dalam Ayuwardani & Isroah, (2018: 148) menyatakan untuk menemukan adanya variabel bebas atau hubungan dengan variabel bebas maka dilakukan pengujian multikonearitas. Pengaruh multikolinearitas menyebabkan tingginya variabel dalam sampel. Yang berart besarnya standar error. sehingga pada saat pengujian koefisien, ttabel akan lebih besar dari thitung. Hal ini menginterpretasi tidak adanya kaitan secara linier antara variabel bebas yang dipengaruhi oleh variabel terikat.

Untuk menentukan adanya gejala multikolinearitas pada model regresi dapat ditinjau dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai toleransi digunakan untuk mengukur variabilitas variabel yang dipilih, sedangkan variabel independen yang lain tidak bisa dijelaskan. Oleh karena itu toleransi yang bernilai kecil sama dengan VIF yang bernilai besar, karena $VIF = 1/\text{toleransi}$, mengintepretasi kolinearitas yang tinggi. Nilai toleransi 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari angka 10. Apabila nilai tolerance $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 Dengan dilakukan pengujian tersebut maka dapat disimpulkan adanya gejala multikolinearitas yang terjadi pada penelitian ini.

c) Uji Heteroskedastisitas

Ayuwardani dan Isroah, (2018: 148) mengutip dari Ghozali menyatakan untuk menguji adanya varians residual dari suatu pengamatan dalam regresi diperlukan adanya uji heteroskedasitas. Apabila tidak ditemukan heteroskedasitas maka model regresi telah terpenuhi.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji hemokedastisitas menggunakan model uji glejser adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikasi (Sig) lebih besa dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskesdasitas dalam model regresi.
2. Jika nilai signifikan (Sig) lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskesdastisitas dalam model regresi.

3) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel dependen dengan mempelajari hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen. Analisis ini mengidentifikasi arah hubungan (positif atau negatif) antara variabel independen dan dependen dan digunakan untuk memprediksi bagaimana nilai variabel independen akan berubah jika meningkat atau menurun.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kebijakan, pengelolaan, dan citra pasar sebagai variabel independen terhadap kepuasan penyewa kios pasar sebagai variabel dependen. Maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan *Statistical Packaged for Social Science (SPSS) versi 25,00*

Model persamaan regresi yang digunakan adalah:

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

Keterangan:

- Y = Kepuasan penyewa kios dan meja pasar
X₁ = Kebijakan
X₂ = Pengelolaan pasar
X₃ = Citra pasar
a = Konstanta
b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi
e = Error

4) Uji Hipotesis

a) Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk melakukan uji hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu harus mengetahui dasar pengambilan keputusan dalam Uji T tersebut. Dalam hal ini ada dua acuan yang dapat kita pakai sebagai dasar pengambilan keputusan, pertama dengan melihat nilai Signifikansi (Sig), dan yang kedua dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel.

Berdasarkan nilai Signifikansi (Sig).

1. Jika nilai Signifikansi (Sig) < Probabilitas (α) 0,05 maka ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis diterima.
2. Jika nilai Signifikansi (Sig) > Probabilitas (α) 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis ditolak.

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel:

1. Jika nilai thitung > ttabel maka ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis diterima.
2. Jika nilai thitung < ttabel maka tidak ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis ditolak.

Kriteria pengujian dapat diputuskan H₀ ditolak dan H_a diterima apabila diperoleh thitung yang memiliki nilai lebih tinggi dari nilai pada tabel t, dengan t hitung dibandingkan dengan tabel T. Maknanya variabel bebas dan variabel terikat saling berkaitan. Sebaliknya, hipotesis alternatif (H_a) diterima apabila t hitung memiliki nilai lebih rendah daripada nilai tabel t. Hal ini menyimpulkan variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b) Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kebijakan, pengelolaan pasar, dan citra pasar secara simultan terhadap minat penyewa kios pasar. Analisis ini bertujuan untuk menentukan secara simultan apakah koefisien korelasi berganda (R) tersebut signifikan atau tidak. Karena nilai signifikan F Sig $\leq \alpha$ maka terdapat hubungan antara variabel.

c) Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.M.A., (2018: 111) menyatakan untuk menjelaskan variabel bebas digunakan analisis determinasi. Analisis ini dinyatakan dalam bentuk presentase. Rumusnya sebagai berikut.

$$D = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Koefisien Determinasi

r² = koefisien Determinasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

1. Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variable independen terhadap variabel dependen lemah. Jika Kd mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3. Hasil dan Diskusi

a. Gambaran Umum Perusahaan

1) Sejarah Singkat Perusahaan

PT Panatramas Nusantara Batam merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pengelolaan pasar tradisional maupun semi-modern di Kota Batam. Perusahaan ini memiliki peran penting dalam menyediakan sarana perdagangan bagi para pelaku usaha kecil dan menengah, khususnya para penyewa kios dan meja. Keberadaan perusahaan ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia fasilitas fisik, tetapi juga sebagai pengelola sistem operasional pasar yang mencakup kebijakan, pengaturan tata kelola, serta pengembangan citra pasar agar tetap kompetitif di tengah perkembangan pusat perbelanjaan modern.

Sebagai entitas bisnis, PT Panatramas Nusantara Batam berupaya menciptakan lingkungan pasar yang nyaman, aman, dan tertib bagi para pedagang maupun konsumen. Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan menerapkan berbagai kebijakan yang berkaitan dengan pengelolaan kios, penataan area pasar, serta pelayanan kepada penyewa. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan penyewa kios dan meja yang menjadi salah satu indikator utama keberhasilan pengelolaan pasar.

Selain itu, perusahaan juga terus melakukan inovasi dalam pengelolaan pasar guna menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang. Upaya tersebut meliputi peningkatan fasilitas, perbaikan sistem kebersihan, keamanan, serta penguatan citra pasar sebagai tempat transaksi yang layak dan terpercaya. Dengan demikian, PT Panatramas Nusantara Batam tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat.

2) Visi dan Misi

Visi PT Panatramas Nusantara Batam merupakan gambaran masa depan yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka panjang. Visi ini menjadi arah strategis dalam menjalankan seluruh aktivitas perusahaan, khususnya dalam pengelolaan pasar yang profesional dan berdaya saing. Secara umum, visi perusahaan adalah menjadi pengelola pasar yang unggul, modern, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan, khususnya para penyewa kios dan meja serta masyarakat sebagai konsumen.

Dalam mewujudkan visi tersebut, perusahaan menetapkan beberapa misi yang menjadi pedoman operasional sehari-hari. Misi pertama adalah memberikan pelayanan terbaik kepada penyewa kios dan meja melalui pengelolaan yang transparan, adil, dan profesional. Pelayanan ini mencakup kemudahan dalam proses sewa, kejelasan aturan, serta respons cepat terhadap keluhan penyewa.

Misi kedua adalah menciptakan lingkungan pasar yang bersih, aman, dan nyaman. Hal ini dilakukan melalui pengelolaan kebersihan yang teratur, penyediaan fasilitas pendukung, serta sistem keamanan yang memadai. Lingkungan yang kondusif akan meningkatkan minat pengunjung dan secara tidak langsung berdampak pada pendapatan para penyewa.

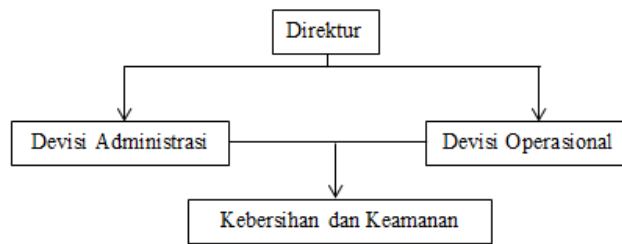
Misi ketiga adalah meningkatkan citra pasar agar mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan modern. Perusahaan berupaya membangun persepsi positif di masyarakat melalui penataan pasar yang rapi, promosi yang efektif, serta peningkatan kualitas layanan. Dengan citra yang baik, pasar dapat menjadi pilihan utama bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Misi terakhir adalah mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dengan memberikan ruang usaha yang layak bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar.

3) Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT Panatramas Nusantara Batam disusun secara sistematis untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan. Struktur organisasi ini mencerminkan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam perusahaan sehingga tercipta koordinasi yang efektif dan efisien.

Gambar 1. Gambar Struktur Organisasi



Pada tingkat tertinggi terdapat pimpinan perusahaan atau direktur yang bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan operasional dan pengambilan keputusan strategis. Direktur memiliki peran penting dalam menentukan kebijakan perusahaan, termasuk dalam hal pengelolaan pasar, penetapan tarif sewa, serta pengembangan fasilitas.

Di bawah direktur terdapat beberapa bagian atau divisi yang memiliki fungsi masing-masing. Divisi administrasi bertugas mengelola data penyewa, proses perjanjian sewa, serta pencatatan keuangan perusahaan. Divisi ini menjadi bagian penting dalam memastikan kelancaran administrasi dan transparansi pengelolaan.

Selanjutnya, terdapat divisi operasional yang bertanggung jawab terhadap kegiatan sehari-hari di pasar, seperti pengaturan tata letak kios, pengawasan aktivitas perdagangan, serta penanganan masalah yang terjadi di lapangan. Divisi ini berinteraksi langsung dengan para penyewa sehingga memiliki peran strategis dalam menjaga kepuasan mereka.

Selain itu, terdapat divisi kebersihan dan keamanan yang bertugas menjaga kondisi lingkungan pasar tetap bersih dan aman. Kebersihan pasar menjadi faktor penting dalam menarik pengunjung, sedangkan keamanan berfungsi untuk memberikan rasa nyaman bagi penyewa dan konsumen.

b. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran umum tentang subjek penelitian, yakni para penyewa yang menjalankan kegiatan usaha di bawah pengelolaan PT Panatramas Nusantara. Penyajian karakteristik responden dimaksudkan untuk mengungkap latar belakang responden yang terlibat dalam penelitian, sehingga dapat mendukung pemahaman terhadap hasil analisis yang diperoleh. Data diperoleh dari 68 responden yang merupakan penyewa kios dan meja di PT Panatramas Nusantara Batam. Karakteristik responden yang dibahas mencakup jenis kelamin, usia serta jenis dagangan yang di jual oleh penyewa.

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin menjadi salah satu ciri utama mengenali responden pada penelitian ini. Pengelompokan jenis kelamin ini dapat melihat perbandingan jumlah penyewa laki-laki dan perempuan yang berdagang di bawah naungan PT Panatramas Nusantara.

Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	41	60.3	60.3	60.3
	Perempuan	27	39.7	39.7	100.0
Total		68	100.0	100.0	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan tabel 5, terlihat dari total responden di penelitian ini mencapai 68 orang. Di antaranya, responden laki-laki ada 41 orang atau sekitar 60,3%, sementara perempuan 27 orang atau 39,7%. Data ini menunjukkan responden lebih banyak didominasi oleh laki-laki.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia bertujuan untuk mengetahui rentang usia responden yang menyewa di PT Panatramas Nusantara.

Tabel 6. Responden Berdasarkan Usia

Usia		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<30 Tahun	4	5.9	5.9	5.9
	30-40 Tahun	16	23.5	23.5	29.4
	41-50 Tahun	12	17.6	17.6	47.1
	51-60 Tahun	26	38.2	38.2	85.3
	>60 Tahun	10	14.7	14.7	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Dari tabel 6. dari 68 responden, distribusi usia didominasi kelompok 51-60 tahun 26 orang dengan presentase 38,2%. Diikuti 30-40 tahun berjumlah 16 orang dengan presentase 23,5%, kurang dari 60 tahun berjumlah 10 orang dengan presentase 14,7 % dan terakhir usia kurang dari 30 tahun berjumlah 4 orang dengan presentase 5,9%. Hal ini mengidentifikasi mayoritas penyewa berusia matang dan berpengalaman, dengan keterlibatan usia muda yang terbatas, meskipun ada keberagaman usia secara keseluruhan.

3) Karakteristik Responden Jenis Dagangan

Karakteristik responden berdasarkan jenis dagangan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis usaha yang dijalankan oleh para penyewa di bawah pengelola PT Panatramas Nusantara.

Tabel 7. Responden Berdasarkan Jenis Dagangan

Jenis Dagangan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sayur dan Buah	15	22.1	22.1	22.1
	Ikan	15	22.1	22.1	44.1
	3T (Tahu, Tempe, Telur)	4	5.9	5.9	50.0
	Ayam dan Daging	10	14.7	14.7	64.7
	Sembako	3	4.4	4.4	69.1
	Pakaian/Fashion	2	2.9	2.9	72.1
	santan dan Bumbu	8	11.8	11.8	83.8
	Makanan dan Minuman	7	10.3	10.3	94.1
	Lainnya	4	5.9	5.9	100.0
	Total	68	100.0	100.0	

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan tabel 7, dapat dilihat bahwa responden memiliki jenis dagangan yang beragam. Responden yang menjual sayur dan buah serta ikan masing-masing berjumlah 15 orang atau sebesar 22,1%, sehingga menjadi kelompok terbanyak. Selanjutnya, responden yang menjual ayam dan daging sebanyak 10 orang atau sebesar 14,7%. Responden yang menjual santan dan bumbu berjumlah 8 orang atau sebesar 11,8%, sedangkan yang menjual makanan dan minuman sebanyak 7 orang atau sebesar 10,3%. Adapun responden yang menjual 3T (Tahu, Tempe, Telur) dan kategori lainnya masing-masing sebanyak 4 orang atau sebesar 5,9%. Sementara itu responden yang menjual sembako sebanyak 3 atau sebesar 4,4%, dan yang paling sedikit adalah pedagang pakaian/fashion yaitu sebanyak 2 orang atau sebesar 2,9%.

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas penyewa bergerak di bidang kebutuhan pangan. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan, pengelolaan pasar, serta citra pasar yang diterapkan oleh PT Panatramas Nusantara sangat berpengaruh terhadap penyewa yang bergerak di sektor kebutuhan pokok, karena jenis usaha ini sangat bergantung pada kondisi pasar, kenyamanan lingkungan, serta kelancaran operasional.

c. Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya pernyataan kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai korelasi antara skor masing-masing item pernyataan dengan total skor pada masing-masing variabel. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel.

Pada penelitian ini, jumlah responden sebanyak 68 orang, sehingga nilai derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 68 - 2 = 66$. Dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,238. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dari 0,238.

Hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Sig	Kesimpulan
Kebijakan (X1)	X1.1	0.944	0.238	0.000	Valid
	X1.2	0.953	0.238	0.000	Valid
	X1.3	0.931	0.238	0.000	Valid
	X1.4	0.945	0.238	0.000	Valid
	X1.5	0.948	0.238	0.000	Valid
Pengelolaan Pasar (X2)	X2.1	0.958	0.238	0.000	Valid
	X2.2	0.950	0.238	0.000	Valid
	X2.3	0.965	0.238	0.000	Valid
	X2.4	0.949	0.238	0.000	Valid
	X2.5	0.959	0.238	0.000	Valid
Citra Pasar (X3)	X3.1	0.966	0.238	0.000	Valid
	X3.2	0.949	0.238	0.000	Valid
	X3.3	0.914	0.238	0.000	Valid
	X3.4	0.959	0.238	0.000	Valid
	X3.5	0.844	0.238	0.000	Valid
Kepuasan Penyewa (Y)	Y1	0.978	0.238	0.000	Valid
	Y2	0.975	0.238	0.000	Valid
	Y3	0.969	0.238	0.000	Valid
	Y4	0.974	0.238	0.000	Valid
	Y5	0.979	0.238	0.000	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil analisis uji validitas pada tabel di atas, diketahui bahwa seluruh indikator pernyataan pada variabel kebijakan (X1), pengelolaan pasar (X2), citra pasar (X3), dan kepuasan penyewa (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,238) serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten apabila dilakukan pengukuran berulang. Instrumen yang reliabel menunjukkan bahwa alat ukur tersebut stabil dan dapat dipercaya dalam mengukur variabel penelitian.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60. Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha, maka semakin tinggi pula tingkat konsistensi internal dari instrumen tersebut.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Parameter	Keterangan
Kebijakan (X1)	0.969	5	0,60	Reliabel
Pengelolaan Pasar (X2)	0.976	5	0,60	Reliabel
Citra Pasar (X3)	0.959	5	0,60	Reliabel
Kepuasan Penyewa (Y)	0.987	5	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 9 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel, yaitu kebijakan (X1), pengelolaan pasar (X2), citra pasar (X3), dan kepuasan penyewa (Y), dinyatakan reliabel.

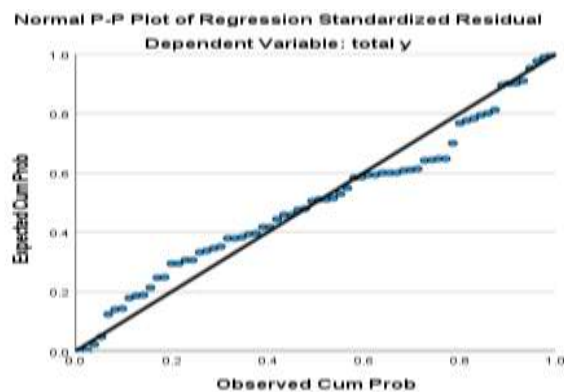
Nilai *Cronbach's Alpha* yang sangat tinggi (mendekati 1) juga menunjukkan bahwa tingkat konsistensi internal antar item dalam setiap variabel sangat baik. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan dapat dipercaya dan mampu memberikan hasil yang konsisten dalam mengukur masing-masing variabel penelitian.

3) Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi-asumsi dasar dalam analisis regresi linear. Pengujian ini penting agar hasil analisis yang diperoleh bersifat valid, tidak bias, dan dapat digunakan untuk pengambilan kesimpulan yang tepat. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a). Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016). Jika data menyebar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.



Sumber : data olahan SPSS

Gambar 2. Uji Heteroskedas

Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa data variabel dependent dan variabel independent mempunyai distribusi normal, karena data-data yang diolah banyak menyebar di sekitar garis diagonal yang mengikuti garis diagonal tersebut, ini berarti data yang telah dilakukan pengujian memiliki distribusi normal dan dapat digunakan.

Selain menggunakan metode grafik, dalam uji normalitas juga bisa diuji kolmogorov smirnov pada spss. Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai residu atau perbedaan yang ada dalam penelitian, apakah memiliki distribusi normal atau tidak normal. Kriteria pengujian adalah apabila nilai signifikansi > 0,05 maka data berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Unstandardized Residual
N	68
Mean	0.0000000
Std. Deviation	1.63720246
Most Extreme Differences Absolute	0.129

Positive	0.129
Negative	-0.099
Test Statistic	0.129
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.071

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 10 di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,071. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,071 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi, sehingga analisis selanjutnya dapat dilakukan.

b). Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang tinggi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinearitas. Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Kriteria pengujian adalah:

1. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas
2. Jika nilai Tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Rekapitulasi Uji Multikolinieritas Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-0.924	0.766	-	-	-
Kebijakan	0.150	0.119	0.138	0.196	1.445
Pengelolaan Pasar	0.395	0.125	0.391	0.161	3.561
Citra Pasar	0.499	0.116	0.452	0.106	2.532

a. Dependent Variable: total y

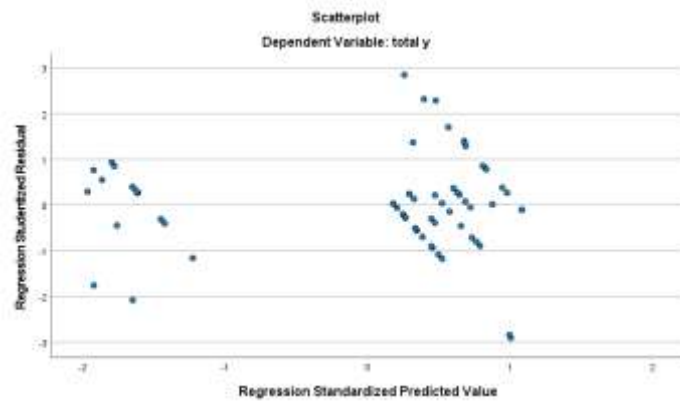
Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan tabel 11, diperoleh persamaan regresi yaitu dimana Y $-0,924$, $0,150$ Kebijakan (X1), $0,395$ Pengelolaan Pasar (X2), $0,499$ Citra Pasar (X3), yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y). Hal ini berarti semakin baik Kebijakan, Pengelolaan Pasar, dan Citra Pasar, maka akan meningkatkan nilai Y. Variabel yang paling dominan mempengaruhi Y adalah Citra Pasar (X3) dengan nilai beta sebesar $0,452$, diikuti oleh Pengelolaan Pasar (X2) sebesar $0,391$, dan Kebijakan (X1) sebesar $0,138$. Selain itu, nilai tolerance yang lebih besar dari $0,10$ dan VIF yang kurang dari 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas, sehingga model regresi ini layak digunakan dalam penelitian.

c). Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya Heterokedastisitas dalam suatu model regresi linear berganda adalah dengan melihat grafik Scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZEPRED. Jika tidak ada pola tertentu dan titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heterokedastisitas. Grafik Scatterplot ditunjukkan pada gambar berikut :



Sumber : data olahan SPSS

Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil scatterplot yang diperoleh, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, baik pola mengerucut, melebar, maupun bergelombang. Titik-titik tersebut juga tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Pola ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

d. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

1) Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi ini memuat nilai konstanta atau intercept serta nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas (Suliyanto, 2011). Berdasarkan hasil penelitian, persamaan dalam analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.924	.766		-1.206	.232
	Kebijakan	.150	.119	.138	1.254	.214
	Pengelolaan Pasar	.395	.125	.391	3.169	.002
	Citra Pasar	.499	.116	.452	4.322	.000

a. Dependent Variable: total y

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Pada tabel di atas terlihat koefisien konstanta = -0,924, koefisien regresi kebijakan (b1) = 0,150, koefisien pengelolaan pasar (b2) = 0,395, dan koefisien citra pasar (b3) = 0,499. Dengan demikian dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

$$Y = -0,924 + 0,150X_1 + 0,395X_2 + 0,499X_3 + e$$

Nilai persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -0,924, artinya jika variabel kebijakan (X1), pengelolaan pasar (X2), dan citra pasar (X3) nilainya adalah 0, maka kepuasan penyewa (Y) nilainya sebesar -0,924.
2. Koefisien regresi variabel kebijakan (X1) sebesar 0,150, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kebijakan (X1) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan penyewa (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,150. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kebijakan dengan kepuasan penyewa, dimana semakin baik kebijakan maka kepuasan penyewa juga akan meningkat.

3. Koefisien regresi variabel pengelolaan pasar (X2) sebesar 0,395, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan pengelolaan pasar (X2) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan penyewa (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,395. Koefisien bernilai positif menunjukkan bahwa semakin baik pengelolaan pasar, maka kepuasan penyewa juga akan semakin meningkat.

4. Koefisien regresi variabel citra pasar (X3) sebesar 0,499, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan citra pasar (X3) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kepuasan penyewa (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,499. Koefisien bernilai positif menunjukkan bahwa citra pasar yang baik akan meningkatkan kepuasan penyewa.

2) Uji T

Uji t digunakan untuk menguji masing-masing variabel apakah memiliki hubungan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Cara menentukan variabel memiliki hubungan yang signifikan adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3. Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan (df) $n-k$ yaitu $68-3 = 65$, sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,997.

Untuk variabel kebijakan (X1) diperoleh nilai t hitung $< t_{tabel}$ ($1,254 < 1,997$) dan nilai signifikan ($0,214 > 0,05$), artinya H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kebijakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penyewa.

Untuk variabel pengelolaan pasar (X2) diperoleh nilai t hitung $> t_{tabel}$ ($3,169 > 1,997$) dan nilai signifikan ($0,002 < 0,05$), artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengelolaan pasar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penyewa.

Untuk variabel citra pasar (X3) diperoleh nilai t hitung $> t_{tabel}$ ($4,322 > 1,997$) dan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra pasar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penyewa.

3) Uji F

Tabel 13. Hasil Uji F

ANOVAa

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2243.882	3	747.961	266.550	0.000 ^b
Residual	179.589	64	2.806		
Total	2423.471	67			

a. Dependent Variable: Kepuasan Penyewa (Y)

b. Predictors: (Constant), Citra Pasar (X3), Kebijakan (X1), Pengelolaan Pasar (X2)

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Cara menentukan variabel memiliki hubungan yang signifikan adalah sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.

2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.

3. Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$), df 1 ($k-1$) = 3 dan df 2 ($n-k$) = $68-4 = 64$, maka diperoleh nilai F tabel sebesar $\pm 2,75$.

Berdasarkan hasil output di atas diperoleh nilai F hitung $> F_{tabel}$ ($266,550 > 2,75$) dan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa variabel kebijakan (X1), pengelolaan pasar (X2), dan citra pasar (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penyewa (Y).

Tabel 14. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016:250)

4) Koefisien Determinasi (R²)

a. Uji R² Kebijakan (X1) Terhadap Kepuasan Penyewa (Y)

Tabel 15. Hasil Uji Determinasi Kebijakan (X1) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,925	0,856	0,854	2,300

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil output di atas dapat disimpulkan ringkasan model yang terdiri dari nilai korelasi sederhana (R) dan koefisien determinasi (R Square).

Nilai R (korelasi Pearson) sebesar 0,925 menunjukkan bahwa variabel Kebijakan (X1) dengan Kepuasan Penyewa (Y) memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai R Square sebesar 0,856 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel Kebijakan (X1) terhadap Kepuasan Penyewa (Y) sebesar 85,6%, sedangkan sisanya sebesar 14,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

b. Uji R² Pengelolaan Pasar (X2) Terhadap Kepuasan Penyewa (Y)

Tabel 16. Hasil Uji Determinasi Pengelolaan Pasar (X2) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,946	0,895	0,894	1,959

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil output di atas maka dapat dijelaskan bahwa:

Nilai R sebesar 0,946 menunjukkan bahwa variabel Pengelolaan Pasar (X2) dengan Kepuasan Penyewa (Y) memiliki hubungan yang sangat kuat. Nilai R Square sebesar 0,895 menunjukkan bahwa kontribusi Pengelolaan Pasar (X2) terhadap Kepuasan Penyewa (Y) sebesar 89,5%, sedangkan sisanya sebesar 10,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

c. Uji R² Citra Pasar (X3) Terhadap Kepuasan Penyewa (Y)

Tabel 17. Hasil Uji Determinasi Citra Pasar (X3) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,947	0,897	0,895	1,947

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil output di atas maka dapat dijelaskan bahwa:

Nilai R sebesar 0,947 menunjukkan bahwa variabel Citra Pasar (X3) dengan Kepuasan Penyewa (Y) memiliki hubungan yang sangat kuat. Nilai R Square sebesar 0,897 menunjukkan bahwa kontribusi Citra Pasar (X3) terhadap Kepuasan Penyewa (Y) sebesar 89,7%, sedangkan sisanya sebesar 10,3% dipengaruhi oleh variabel lain.

d. Uji R² Kebijakan (X1), Pengelolaan Pasar (X2), dan Citra Pasar (X3) Terhadap Kepuasan Penyewa (Y)

Tabel 18. Hasil Uji Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,962	0,926	0,922	1,675

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS

Berdasarkan hasil output di atas maka dapat dijelaskan bahwa:

Nilai R sebesar 0,962 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kebijakan (X1), Pengelolaan Pasar (X2), dan Citra Pasar (X3) terhadap Kepuasan Penyewa (Y) adalah sangat kuat. Nilai R Square sebesar 0,926 menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh ketiga variabel independen terhadap Kepuasan Penyewa (Y) sebesar 92,6%, sedangkan sisanya sebesar 7,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

e. Pembahasan Hasil Penelitian

1) Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh bahwa variabel kebijakan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penyewa kios dan meja di PT Panatramas Nusantara. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel $1,254 < 1,997$ serta nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,005 ($0,214 > 0,05$). Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kebijakan berpengaruh terhadap kepuasan penyewa tidak dapat diterima.

Meskipun demikian, nilai koefisien regresi variabel kebijakan sebesar 0,150 menunjukkan arah hubungan yang positif antara kebijakan dan kepuasan penyewa. Artinya, secara teoritis peningkatan kebijakan yang lebih baik dapat meningkatkan kepuasan penyewa, namun dalam penelitian ini pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik untuk memberikan dampak yang signifikan.

Kebijakan yang terlalu kaku atau sulit dipahami dapat menurunkan kepuasan. Oleh karena itu, kebijakan harus disesuaikan dengan karakteristik penyewa dan kondisi pasar. Penyesuaian ini akan membantu meningkatkan efektivitas kebijakan. Dengan demikian, meski tidak signifikan, kebijakan tetap memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan penyewa. Evaluasi berkala diperlukan agar kebijakan relevan dan adaptif terhadap dinamika pasar.

Kesimpulannya, kebijakan di PT Panatramas Nusantara berperan dalam membentuk kepuasan penyewa meskipun pengaruhnya secara parsial tidak signifikan. Implementasi kebijakan yang jelas, konsisten, dan komunikatif akan meningkatkan kepercayaan penyewa. Penyesuaian kebijakan dengan kondisi pasar dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan pasar. Hal ini konsisten dengan temuan Anggresu, Tulus, & Londa (2019) dan Ramdani (2024). Perusahaan sebaiknya melakukan evaluasi berkala dan memperhatikan masukan penyewa. Dengan demikian, kebijakan tetap menjadi komponen penting dalam strategi manajemen pasar.

2) Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil hipotesis, diperoleh bahwa variabel pengelolaan pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penyewa kios dan meja di PT Panatramas Nusantara. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel $3,169 > 1,997$ serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari $0,05$ ($0,002 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis X2 diterima.

Nilai koefisien regresi sebesar $0,395$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan pengelolaan pasar akan diikuti dengan peningkatan kepuasan penyewa. Koefisien yang bernilai positif ini menunjukkan adanya hubungan searah antara pengelolaan pasar dan kepuasan penyewa, di mana semakin baik pengelolaan pasar maka kepuasan penyewa juga akan semakin **meningkat**.

Kesimpulannya, pengelolaan pasar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penyewa kios dan meja di PT Panatramas Nusantara. Nilai $R^2 = 0,943$ menunjukkan bahwa variabel ini bersama dengan kebijakan dan citra pasar mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan. Implementasi pengelolaan pasar yang baik, termasuk fasilitas, kebersihan, keamanan, dan administrasi, dapat meningkatkan kenyamanan penyewa. Temuan ini sesuai dengan Purwati et al. (2019), Lase et al. (2024), dan Rahmadi & Hastuti (2023). Pengelolaan pasar bukan hanya administratif, tetapi juga berdampak langsung pada loyalitas penyewa. Evaluasi berkala diperlukan agar pengelolaan tetap relevan. Dengan demikian, pengelolaan pasar merupakan faktor penting dalam strategi kepuasan penyewa.

3) Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil hipotesis, diperoleh bahwa variabel citra pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penyewa kios dan meja di PT Panatramas Nusantara. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel $4,322 > 1,997$ serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari $0,005$ ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis X3 diterima.

Nilai koefisien regresi sebesar $0,499$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan citra pasar akan meningkatkan kepuasan penyewa. Koefisien positif ini menunjukkan bahwa citra pasar yang baik akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan penyewa.

Citra pasar yang positif dapat menjadi daya tarik bagi penyewa baru dan mempertahankan penyewa lama. Nuari (2021) menambahkan bahwa citra pasar berdampak pada keputusan pembelian atau penyewaan melalui persepsi konsumen. Dengan demikian, citra pasar bukan sekadar tampilan, tetapi strategi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas penyewa. Pemeliharaan citra pasar harus dilakukan secara berkelanjutan. Hal ini menekankan pentingnya citra pasar dalam kepuasan penyewa kios dan meja.

Kesimpulannya, citra pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penyewa di PT Panatramas Nusantara. Implementasi citra pasar yang baik meliputi reputasi, fasilitas, dan pelayanan yang konsisten. Temuan ini didukung Putri et al. (2017), Daga (2017), dan Nuari (2021). Peningkatan citra pasar berkontribusi pada loyalitas dan kepuasan penyewa. Evaluasi berkala citra pasar diperlukan agar tetap relevan dan menarik. Oleh karena itu, citra pasar merupakan faktor strategis dalam manajemen kepuasan penyewa.

4) Hipotesis Keempat

Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar $266,550$ dengan signifikansi $0,000$, yang berarti bahwa variabel kebijakan (X1), pengelolaan pasar (X2), dan citra pasar (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan penyewa. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,926 menunjukkan bahwa 92,6% variasi kepuasan penyewa dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya 7,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Koefisien beta masing-masing variabel yaitu $X_1 = 0,138$ ($p = 0,214$), $X_2 = 0,391$ ($p = 0,002$), dan $X_3 = 0,452$ ($p = 0,000$). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kebijakan tidak signifikan secara parsial, namun tetap memberikan kontribusi dalam model secara keseluruhan.

Kesimpulannya, kebijakan, pengelolaan pasar, dan citra pasar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penyewa kios dan meja di PT Panatramas Nusantara.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kebijakan, pengelolaan pasar, dan citra pasar terhadap kepuasan penyewa di PT Panatramas Nusantara, maka Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, untuk variabel Kebijakan (X_1) memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($1,254 < 1,997$) dan nilai signifikan ($0,214 > 0,05$) artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak bahwa Kebijakan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penyewa. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, untuk variabel Pengelolaan Pasar (X_2) memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($3,169 < 1,997$) dan nilai signifikan ($0,002 > 0,05$) artinya H_1 diterima bahwa Pengelolaan Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penyewa. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, untuk variabel Citra Pasar (X_3) memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($4,322 < 1,997$) dan nilai signifikan ($0,000 > 0,05$) artinya H_1 diterima bahwa Citra Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penyewa. Berdasarkan uji f, nilai f hitung $>$ f tabel ($266,550 > 2,75$) dan nilai signifikan ($0,00 < 0,05$) artinya H_1 diterima bahwa Kebijakan, Pengelolaan Pasar, dan Citra Pasar secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penyewa di PT Panatramas Nusantara. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,92,6% variasi kepuasan penyewa dapat dijelaskan oleh variabel Kebijakan, Pengelolaan Pasar, dan Citra Pasar, sedangkan sisanya sebesar 7,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Referensi

1. Al Amin, & Realize. (2019). "Prosedur Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Pos Indonesia di Kota Batam". *Jurnal Ilmiah*. Vol. 1. No. 1, April 2019.
2. Anggresu, G., Tulus, F., dan Londa, V. (2019). "Implementasi Kebijakan Penataan Pedagang Kaki Lima di Kota Jayapura Provinsi Papua." *Jurnal Ekonomi*. Vol. 4. No. 1, Mei 2019.
3. Ayuwardani, R. P., dan Isroah, I. (2018). "Pengaruh Informasi Keuangan dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)". *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*. Vol. 7. No. 1, Januari 2018.
4. Chandra SE MM, D. T., et al. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Malang: CV IRDH.
5. Daga, D. R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Sulawesi Selatan: Global Research and Consulting.
6. Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., M.M.A., M. A. (2018). *Statistik Penelitian Bisnis & Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
7. Fadhli, K., dan Pratiwi, N. D. (2021). "Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang". *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol. 2. No. 2, Juli 2021.
8. Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
9. Janna, N. M. (2021). "Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan spss". *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Vol.1.
10. Lase, B. K., Rakhmat, dan Sianturi, M. (2024). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Lingkungan Terhadap Kepuasan Penyewa pada PT Plaza Nusantara Realty". *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol. 1. No. 1, Februari 2024.
11. Mariane, I., dan Kartini, T. (2019). "Pengaruh Implementasi Kebijakan Penataan Pasar Tradisional Dan Toko Modern Terhadap Efektivitas Pembinaan Sektor Informal di Kabupaten Subang". *Jurnal Unsub Index*. Vol. 1. No. 1, Juni 2019.
12. Muhafidin dan Yadiman, H. D. (2020). *Dimensi Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
13. Nuari, A. (2021). "Pengaruh Digital Marketing dan Citra Pasar Tradisional Terhadap Keputusan Pembelian di Mediasi *Word Of Mouth* (Studi Pasar Tradisional Genteng Surabaya)". *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Vol. 1. No. 1, Desember 2021.
14. Nur, Guntur, A. C. M. (2019). *Analisis kebijakan publik*. Makassar: Badan Penerbit UNM.
15. Nurzulkhrufa, A., Setijanti, P., dan Dinapradipta, A. (2019). "Kepuasan penyewa terhadap faktor-faktor pemilihan kantor sewa kelas a fungsi majemuk di surabaya." *Jurnal Arsitektur*. Vol. 1. No. 1, Januari 2019.
16. Purba, R. P. (2017). "Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul)". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 4. No. 1, Februari 2017.
17. Purwati, A. D. dkk. (2019). "Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar , Diversifikasi Produk , Revitalisasi Pasar dan Kemampuan Kerja Terhadap Kualitas Pelayanan guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Lumbang Lor". *Jurnal Manajemen*. Vol. 1. No. 1, Maret 2019.
18. Putri, R. Y. A. dkk. (2017). "Pengaruh Citra Pasar Rakyat Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pasar Gondangwetan Kecamatan Gondangwetan Kabupaten Pasuruan)". *Jurnal Manajemen*. Vol. 1. No. 1, Mei 2017.
19. Qomariyah, S. (2022). "Analisis Pengelolaan Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Pendapatan Pedagang Pada Pasar Tradisional Boyolangu Kabupaten Tulungagung". *Jurnal Otonomi*. Vol. 22 No. 1, April 2022.
20. Rahmadi, S., & Hastuti, D. (2023). "Peran Pengelolaan Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Aur Duri". *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 3. No. 1, Mei-Agustus 2023.

21. Ramdani, M. (2024). "Pengaruh Kebijakan Perusahaan dan Insentif Terhadap Kepuasan Kerja Mitra Driver Shopeefood di Kota Bogor". *Jurnal Repository GICI*. Vol. 1. No. 1, September 2024.
22. Rianda, M. (2025). "Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Properti Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Sewa Rumah Kontrakan Griya Harapan Kota Pekanbaru". Vol. 3. No. 8, November 2025.
23. Suaib, H. dkk. (2022). *Pengantar Kebijakan Publik*. Makassar: Humanities Genius.
24. Sugiyono, P. D. (2016). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
25. Syaffanaztiti, M. D. (2025). "Pengelolaan Pasar Tradisional Oleh Perusahaan Umum Daerah Pasar Kota Tangerang (Studi di Pasar Tradisional Poris Indah, Kota Tangerang)". *Jurnal Ekonomi*. Vol. 1. No. 1, Mei 2025.
26. Wajdi dan Andryan, F. (2022). *Hukum dan Kebijakan Publik*. Jakarta Timur: Sinar Grafika.
27. Widyasari, F., & Yuniningsih, T. (2016). "Analisis strategi pengelolaan pasar tradisional “bangsri” di dinas koperasi, umkm dan pengelolaan pasar kabupaten jepara". *Jurnal Administrasi Publik*. Vol. 1. No. 1, Agustus 2016.
28. Wulandari, R. dkk. (2016). "Analisis Pengaruh Citra Pasar Tradisional Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Konsumen Pasar Gede Solo)". *Jurnal Manajemen*. Vol. 5. No. 1, Juni 2016.
29. Yanto, R. T. Y., dan Anggraini, S. D. (2023). "Pengaruh citra perusahaan dan citra produk terhadap keputusan pembelian jasa paket pos kilat khusus pt pos indonesia (persero)". *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*. Vol. 13. No. 1, Maret 2023