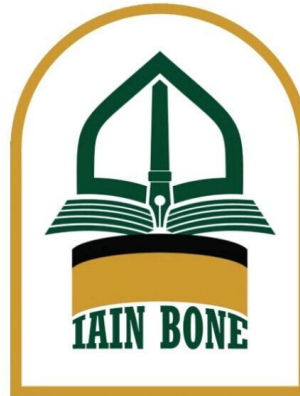


**ANALISIS PENETAPAN TARGET KONSUMEN RESTON
DENGAN PENDEKATAN EKONOMI SYARIAH
(Studi pada Penikmat AFC Watampone)**



SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA EKONOMI DALAM BIDANG EKONOMI SYARIAH
PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN BONE

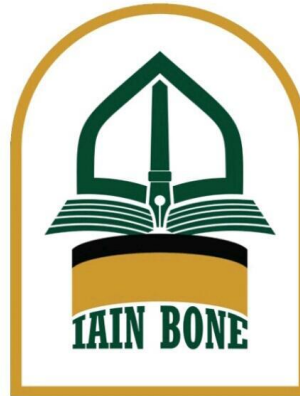
Oleh:

AMIRULLAH

NIM. 01163018

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BONE
2020**

**ANALISIS PENETAPAN TARGET KONSUMEN RESTON
DENGAN PENDEKATAN EKONOMI SYARIAH
(Studi pada Penikmat AFC Watampone)**



SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH
GELAR SARJANA EKONOMI DALAM BIDANG EKONOMI SYARIAH
PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN BONE

Oleh:

AMIRULLAH

NIM. 01163018

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BONE
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, peneliti yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amirullah
NIM : 01163018
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone

Menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya peneliti sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka saya siap ditandak sesuai ketentuan hukum yang berlaku demikian pula skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Watampone, 29 Agustus 2020

Penyusun,



AMIRULLAH
NIM: 01163018

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul *Analisis Penetapan Target Konsumen Resto dengan Pendekatan Ekonomi Syariah (Studi pada Penikmat AFC Watampone)* yang disusun oleh saudara **Amirullah**, NIM: 01163018, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah (EKSYAR) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone, telah diujikan dan dipertahankan pada sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Senin, 12 Oktober 2020 M bertepatan dengan tanggal 24 Shafar 1442 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.


Bone, 18 Desember 2020 M
03 Jumadil Awal 1442 H

DEWAN MUNAQISY:

Ketua	: Dr. Syaparuddin, S.Ag., M.SI	(.....)
Sekretaris	: Ismail Keri, S.Ag., MH	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Syaparuddin, S.Ag., M.SI	(.....)
Pembimbing II	: Dr. Kamiruddin, S.E.Sy., M.E	(.....)
Munaqisy I	: Abd. Hafid, S.Ag., M.S.I	(.....)
Munaqisy II	: Rini Idayanti, S.E.Sy., M.E.I	(.....)



Diketahui Oleh
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Bone



Dr. Syaparuddin, S.Ag., M.SI
NIP. 196812202003121003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah meneliti dan mengoreksi dengan seksama skripsi:

Nama : Amirullah

Nim : 01 16 3018

Prodi : Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone

Yang dengan judul:

“Analisis Penetapan Target Konsumen Resto dengan Pendekatan Ekonomi Syariah (Studi pada Penikmat AFC Watampone)”

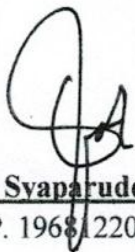
Pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk *dimunqasyahkan*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya.

Watampone, 29 Agustus 2020

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Syaparuddin, S.Ag., M.SI
NIP. 19681220 2003121003



Dr. Kamiruddin, S.E.Sy., M.E
NIP. DT004

ABSTRAK

“Analisis Penetapan Target Konsumen Resto dengan Pendekatan Ekonomi Syariah (Studi pada Penikmat AFC Watampone)”

**AMIRULLAH
01163018**

Penelitian ini membahas tentang penetapan target konsumen resto dengan pendekatan ekonomi *syariah* dalam hal kesan kualitas dan tanggapan pelayanan. Penelitian ini dilakukan untuk mengindikasikan bahwa saat ini masyarakat lebih memilih resto yang menerapkan syariat Islam dalam menyediakan produk dan pelayanannya. Metodologi penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan Ekonomi *Syariah* dan menggunakan metode *Struktural Equation Model (SEM)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesan kualitas dan tanggapan pelayanan menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan keduanya yang lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian ialah tanggapan pelayanan. Hal tersebut dihasilkan dari indikator kemudahan, kebutuhan, pelayanan, ketepatan, kepuasan, kemampuan dan bantuan. Semakin baik tanggapan pelayanan pada resto maka semakin berpeluang konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Penetapan target konsumen dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang ada di resto AFC Watampone adalah mahasiswa dengan rentang umur 21-30 tahun yang memberikan respon tanggapan terhadap resto dari aspek tempat, fasilitas, ketepatan penyajian, kemudahan pembayaran serta pelayanan karyawan yang sesuai dengan *Syariah*.

Kata Kunci: Penetapan, Target Konsumen, Kesan Kualitas, Tanggapan Pelayanan, Keputusan Pembelian, Ekonomi Syariah, Struktural Equation Model (SEM)

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Yang Maha Pemberi Segalanya, yaitu Allah swt. sebagai pencipta dan pemilik alam semesta yang memberikan rahmat dan anugerah kepada makhluk di seluruh alam. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan di sepanjang zaman yaitu Rasulullah Muhammad saw.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. atas anugerah yang tiada terkira berupa kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk menuangkan sebuah karya ilmiah (skripsi) yang berjudul “Analisis Penetapan Target Konsumen Reston dengan Pendekatan Ekonomi *Syariah* (Studi pada Penikmat AFC Watampone)”.

Segala hambatan yang dihadapi dalam penyelesaian skripsi ini, penulis yakin bahwa sulit terselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tulus serta penghargaan yang setinggi-tingginya, kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Ambo Tuo dan Ibu Sutrawati yang senantiasa mendo’akan serta memberikan dukungan penuh mulai awal pendidikan sampai saat ini hingga seterusnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tahapan akhir dari studi Strata Satu (S1).
2. Bapak Prof. Dr. A. Nuzul, SH., M.Hum., selaku Rektor IAIN Bone yang senantiasa berupaya meningkatkan kualitas mahasiswa di lingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone.

3. Bapak Dr. Syaparuddin, S.Ag., M.SI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta staf yang telah membantu kelancaran proses penyelesaian studi penulis.
4. Bapak Dr. Abdul Rahim, S.Ag., M.Ag., M.SI, selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bone beserta staf yang telah membantu kelancaran proses penyelesaian studi penulis.
5. Bapak Dr. Syaparuddin, S.Ag., M.SI, selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Kamiruddin, S.E,Sy., M.E, selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya di sela-sela kesibukan dan jadwalnya yang padat serta memberikan arahan dan membagikan ilmunya dalam proses pembimbingan kepada peneliti dengan penuh ketulusan dan kesabaran. Terima kasih kepada bapak yang selalu memberikan motivasi, semangat dan tujuan hidup untuk menjadi orang yang bermanfaat dan kembali ke kampus sebagai penggerak dalam mencerdaskan mahasiswa IAIN Bone terkhususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sungguh rasa terima kasih yang sebesar-besarnya penulis berikan kepada kedua pembimbing, semoga ilmu yang penulis dapatkan bisa bermanfaat untuk orang lain.
6. Ibu Mardaniah, S.Ag., S.Hum., M.Si, selaku Kepala Perpustakaan beserta stafnya yang telah memberikan bantuan serta pelayanan untuk peminjaman buku dan literatur yang penulis jadikan sebagai referensi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Para Dosen, Asisten Dosen dan seluruh staf yang senantiasa berupaya memberikan ilmu dan meningkatkan kualitas mahasiswa di lingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone.

8. Terima kasih kepada Bapak Abdul Aziz Abdullah selaku pemilik resto AFC Watampone yang telah memberikan izin sekaligus dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Terima kasih kepada segenap penikmat AFC Watampone yang senang hati bersedia menjadi responden dalam penelitian ini..
10. Terima kasih kepada seluruh keluarga yang senantiasa membantu, mendo'akan dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada kakanda Dedi Mardianto, S.E. dan Hasbi, S.E. yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada teman-teman KSEI RUMAH EKIS IAIN Bone yang terus memberikan dorongan, semangat, dan motivasi kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan EKISSATU16 yang telah menjunjung tinggi solidaritas, memberikan semangat satu sama lain, saling membantu satu sama lain, mulai dari awal masuk kuliah hingga menyelesaikan tahapan akhir studi Strata Satu (S1).
14. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam rangka penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Hanya kepada Allah jualah peneliti memohon balasan. Semoga semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini diberi kelancaran atas segala urusannya dan mendapatkan pahala setimpal. Peneliti menyadari bahwa beliau tidak luput dari kesalahan dan kekurangan, selaku manusia biasa yang kapasitas ilmunya masih minim. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan masukan dan kritikan yang

bersifat membangun untuk perbaikan selanjutnya. Akhirnya, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca terutama bagi peneliti selanjutnya.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Watampone, 29 Agustus 2020

Penulis,

AMIRULLAH
NIM. 01163018

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL, i

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI, ii

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING, iii

HALAMAN ABSTRAK, iv

HALAMAN KATA PENGANTAR, v

DAFTAR ISI, v

DAFTAR TABEL, vii

DAFTAR GAMBAR, viii

DAFTAR LAMPIRAN, ix

TRANSLITERASI, x

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah, 1
- B. Rumusan Masalah, 3
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian, 3
- D. Ruang Lingkup Penelitian, 4
- E. Sistematika Pembahasan, 4

BAB II KAJIAN PUSTAKA

- A. Kajian Penelitian Terdahulu, 6
- B. Kajian Teori, 17
- C. Kerangka Pikir, 30
- D. Hipotesis, 31

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Pendekatan Penelitian, 32
- B. Lokasi dan Waktu Penelitian, 32
- C. Data dan Sumber Data Penelitian, 33
- D. Populasi dan Sampel Penelitian, 33
- E. Variabel Penelitian, 34

F. Instrumen Pengumpulan Data, 39

G. Analisis Data, 39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian, 47

B. Deskripsi Responden Penelitian, 48

C. Deskripsi Variabel Penelitian, 53

D. Hasil Penelitian, 58

E. Pembahasan Hasil Penelitian, 71

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan, 75

B. Implikasi, 76

C. Saran, 76

DAFTAR PUSTAKA, 78

LAMPIRAN, 80

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel. 3.1	Konstruk Variabel,	36
Tabel. 4.1	Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jenis Kelamin,	49
Tabel. 4.2	Distribusi Frekuensi Responden Menurut Umur,	50
Tabel. 4.3	Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pekerjaan,	50
Tabel. 4.4	Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pendidikan Terakhir,	52
Tabel. 4.5	Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pendapatan,	53
Tabel. 4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Kesan Kualitas,	54
Tabel. 4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Tanggapan Pelayanan,	55
Tabel. 4.8	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian,	56
Tabel. 4.9	Distribusi Frekuensi Variabel Gabungan,	57
Tabel. 4.10	KMO and Bartlett's Test Variabel Kesan Kualitas,	59
Tabel. 4.11	KMO and Bartlett's Test Variabel Tanggapan Pelayanan,	60
Tabel. 4.12	KMO and Bartlett's Test Variabel Keputusan Pembelian,	61
Tabel. 4.13	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> ,	63
Tabel. 4.14	Hasil Uji Validitas Konstruk,	64
Tabel. 4.15	Hasil Uji Reabilitas Konstruk (Indikator),	65
Tabel. 4.16	Kesimpulan Hasil Uji Reabilitas Konstruk (Indikator),	66
Tabel. 4.17	Hasil Uji Normalitas Data,	66
Tabel. 4.18	Hasil Uji Hipotesis,	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 4.1 Struktur Organisasi, 48

Gambar. 4.2 Model Uji CFA, 62

Gambar. 4.3 Hasil Uji CFA, 63

Gambar. 4.4 Hasil Uji SEM, 69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kisi-kisi Operasionalisasi Penelitian, 80

Lampiran 2: Kusioner Penelitian, 88

Lampiran 3: Identitas Responden, 95

Lampiran 4: Tabulasi Data Variabel, 105

Lampiran 8: Uji EFA, 129

Lampiran 9: Uji CFA , 132

Lampiran 10: Uji SEM, 138

DAFTAR TRANSLITERASI

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I., masing-masing Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor:0543b/U/1987 sebagai berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	Be
ت	ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	za	z	zet(dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	gain	G	Ge
ف	fa	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
هـ	ha	h	ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اِي	<i>fathah dan alif atau yā</i>	ā	a dan garis di atas
اِي	<i>kasrah dan yā</i>	ī	i dan garis di atas
اُو	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

قِيلٌ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūt*

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah,

maka *tā'* *marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَائِضَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tandatasydīd(ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعِمْ : *nu‘‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*. Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabī (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby).

6. KataSandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al* (ال) (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (<i>az-zalzalāh</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī Zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

بِاللهِ *billāh* دِينُ اللهِ *dīnullāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum fi raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DK, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaḏī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laḏī unzila fih al-Qur‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar rujukan atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)
Naṣr Ḥāmid AbūZaīd, ditulis menjadi: AbūZaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subḥānahū wa ta'ālā</i>
saw.	= <i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>'alaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli 'Imrān/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk makanan merupakan konsumsi pokok masyarakat dalam kehidupan sehari-hari yang paling besar. Hal tersebut membuat semakin banyak tempat penyedia makanan seperti warung makan atau restoran khususnya di Kota Watampone. Setiap resto memiliki kebijakan yang berbeda-beda dalam memberikan kepuasan kepada konsumennya, misalnya dari segi produk, pelayanan maupun fasilitasnya. Mayoritas masyarakat Watampone beragama Islam, maka dalam pemilihan produk makanan mengutamakan makanan halal. Produk halal adalah produk yang dihasilkan sesuai dengan syariat Islam.

Sejalan dengan ajaran syariat Islam, konsumen Muslim menginginkan setiap konsumsinya telah terjamin kehalalannya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Nurdin dkk yang mengutip pendapat Ali bahwa syariah Islam menaruh perhatian yang sangat tinggi dalam menentukan makanan dan minuman halal, haram, maupun meragukan (*subhat*).¹ Oleh karena itu, sebagian resto menerapkan syariat Islam dalam menjalankan usahanya baik dari segi proses, produk, fasilitas maupun pelayanannya.

Sejauh ini studi tentang penetapan target konsumen dengan pendekatan ekonomi *syariah* belum menjadi fokus perhatian oleh para peneliti. Beberapa studi cenderung hanya memperhatikan faktor-faktor berikut ini, yaitu: faktor psikologis dan bauran pemasaran (Doni Marlius, 2017), kualitas produk, harga, promosi dan

¹Nurdin Nurdin dkk, "Potensi Industri Produk Makanan Halal Di Kota Palu." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.1 No. 1 Tahun 2019, h. 57.

kualitas pelayanan (Jackson RS Weenas, 2013), harga, kualitas bproduk, dan lokasi (Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal, 2012), harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan (Sarini Kudo, 2013), pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen (Dewi Urip Wahyuni, 2008), promosi, distribusi dan harga (Jilly Bernadette Mandey, 2013), *Marketing Mix* (Alfanda Andika dan Febsri Susanti, 2018), *Store Atmosphere* (Cindy Juwita Dessyana, 2013), Elemen Ekuitas Merek (Sri Wahyuni Astuti and I. Gede Cahyadi, 2007), dan bauran Pemasaran (Algrina Agnes Ulus, 2013). Studi tentang keputusan pembelian yang ada hanya mengacu pada keputusan pembelian berdasarkan produk, harga, motivasi, persepsi, psikologi, pelayanan, *marketing mix*, *Store atmosphere* dan bauran pemasaran terhadap produk yang ada. Namun masih kurang penelitian terkait keputusan pembelian dalam perspektif Islam, karena itu penelitian yang akan dilakukan ini termotivasi dari masalah tersebut.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh beberapa peneliti, belum ada yang membahas tentang keputusan pembelian konsumen dengan faktor kesan kualitas dan tanggapan pelayanan dalam perspektif ekonomi Islam. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk membahas hal ini dan merupakan penelitian pertama yang membahas penetapan target konsumen resto dengan pendekatan ekonomi *syariah* dalam hal kesan kualitas dan tanggapan pelayanan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengindikasikan bahwa saat ini masyarakat lebih memilih resto yang menerapkan syariat Islam dalam menyediakan produk dan pelayanannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis dapat menarik rumusan masalah yang akan menjadi bahan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang memengaruhi konsumen berbelanja di Resto AFC Watampone dengan konstruk ekonomi *syariah*?
2. Variabel apa yang paling dominan memengaruhi konsumen berbelanja di Resto AFC Watampone dengan konstruk ekonomi *syariah*?
3. Siapa saja yang ditargetkan Resto AFC untuk ditetapkan sebagai konsumen tetap dengan konstruk ekonomi *syariah*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan pokok masalah yang diangkat maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi konsumen berbelanja di Resto AFC Watampone dengan konstruk ekonomi *syariah*.
- b. Untuk mengetahui variabel apa yang paling dominan memengaruhi konsumen berbelanja di Resto AFC Watampone dengan konstruk ekonomi *syariah*.
- c. Untuk mengetahui siapa saja yang ditargetkan Resto AFC untuk ditetapkan sebagai konsumen tetap dengan konstruk ekonomi *syariah*.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini ialah untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat umum dan khususnya bagi perusahaan tentang bagaimana penetapan target konsumen resto dengan pendekatan ekonomi *syariah* di AFC Watampone,

baik manfaat secara teori maupun dari praktisinya. Manfaat yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini , antara lain:

- a. Secara teoretis, penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan masukan perusahaan bahwa bagaimana penetapan target konsumen resto dengan pendekatan ekonomi syariah.
- b. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan informasi kepada peneliti lain untuk dapat dipergunakan sebagai referensi pada penelitian yang sejenis.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mencakup konsumen resto AFC Watampone yang berlokasi di Jln. Ahmad Yani Kabupaten Bone Sulawesi Selatan. Dimana variabel penelitian ini ada tiga yaitu kesan kualitas dan tanggapan pelayanan sebagai variabel eksogen dan keputusan pembelian sebagai variabel endogen. Pengambilan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuisioner penelitian yang dibagikan kepada konsumen dengan menggunakan *google form*.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai penelitian ini, maka peneliti menyajikan secara ringkas sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bagian ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Pustaka

Bagian ini berisi kajian penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Bagian ini berisi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan alat analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bagian ini berisi hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB V Penutup

Bagian ini berisi kesimpulan, implikasi dan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Penelitian Sebelumnya

1. Hasil Penelitian Terdahulu

Salah satu syarat yang harus dipenuhi seorang peneliti untuk menunjukkan keaslian suatu penelitian yang dilakukan yaitu menegaskan perbedaan dengan hasil-hasil penelitian yang sebelumnya yang sejenis dengan penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu, merupakan keharusan bagi seorang peneliti untuk melakukan penelusuran terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian yang dilakukan untuk menunjukkan hasil orinilitas penelitian dan bukan plagiarism.

Adapun hasil penelitian terkait hasl-hasil penelitian terdahulu yang sejenis dengan peneltian yang akan dilakukan ini, antara lain:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Doni Marlius, Akademi Keuangan dan Perbankan Padang 2017 yang berjudul *“Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang”*. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Disimpulkan dari hasil penelitian bahwa secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor psikologis dengan keputusan pembelian, secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian, dan

secara simultan faktor psikologis dan bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.³

Orisinilitas penelitian yaitu penelitian ini membahas keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang. Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Faktor budaya, memiliki pengaruh terluas dan terdalam dalam perilaku konsumen. Karena, setiap kelompok atau masyarakat memiliki budaya dan keputusan pembelian berdasarkan pengaruh budaya pada perilaku konsumen sangat beragam dari satu negara ke negara yang lain. Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status yang melingkupi konsumen tersebut. Kelompok, adalah dua atau lebih sekelompok orang yang berinteraksi untuk memenuhi tujuan individu atau tujuan bersama.

- b. Penelitian yang dilakukan oleh Jackson R.S. Weenas, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manad 2013 yang berjudul "*Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*". Pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Keempat variabel independen dianggap penting ketika akan membeli Spring Bed Comforta. Perlu menjadi perhatian lebih bagi manajemen PT. Massindo Sinar Pratama akan

³Doni Marlius, "Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang." *Jurnal Pundi* Vol. 01, No. 01, Maret 2017, h. 65.

kualitas pelayanan, karena hal ini berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen.⁴

Orisinilitas penelitian yaitu penelitian ini membahas kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bed comforta. Keputusan konsumen dalam memilih atau menentukan merek spring bed bukanlah terjadi begitu saja. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, misalnya kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan. PT. Massindo Sinar Pratama Manado sebagai industri mebel yang perkembangannya sangat pesat sekarang ini telah menyadari persaingan ini.

- c. Penelitian yang dilakukan oleh Fifyanita Ghanimata, and Mustafa Kamal, Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang 2012 yang berjudul "*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*". Dari penelitian tersebut diperoleh persamaan regresi sebagai berikut, $Y = 0,242 X_1 + 0,323 X_2 + 0,329 X_3$ variabel lokasi memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian sebesar 0,329, kemudian diikuti oleh variabel kualitas produk sebesar 0,323. Sedangkan variabel harga mempunyai pengaruh paling rendah dibandingkan variabel lain sebesar 0,242. Pengujian hipotesis menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu harga (X1), kualitas produk (X2), dan lokasi (X3) yang diteliti terbukti secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan

⁴Jackson RS Weenas, "Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol. 1 No. 4 Desember 2013, h. 607.

pembelian (Y). Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel harga, kualitas produk, dan lokasi memang layak untuk menguji variabel dependen keputusan pembelian. Angka Adjusted R Square menunjukkan bahwa 62,3% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi berganda. Sedangkan sisanya sebesar 37,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.⁵

Orisinilitas penelitian yaitu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Bandeng Juwana Elrina Semarang. Dan penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada Bandeng Juwana Elrina Semarang.

- d. Penelitian yang dilakukan oleh Sarini Kodu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado 2013 yang berjudul "*Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*". Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian, dapat ditarik satu kesimpulan sebagai berikut: 1) Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian 3) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 4)

⁵Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal, "Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)" Diss. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2012, h. vii.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁶

Orisinilitas penelitian yaitu penelitian ini membahas pengaruh harga, produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Avanza. Harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas pelayanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

- e. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Urip Wahyuni, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Fatahillah Surabaya 2008 yang berjudul "*Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat*". Untuk perhitungan statistik dalam penelitian ini digunakan program SPSS adapun teknik analisis data diuraikan sebagai berikut: 1) Analisis Regresi Linier Berganda, 2) Koefisien Determinasi Berganda (R^2), 3) Koefisien Korelasi Berganda (R), 4) Koefisien Korelasi Parsial (r). Dari hasil penelitian diketahui bahwa motivasi, persepsi, sikap konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda. Manfaat penelitian ini dapat dipakai

⁶Sarini Kudo, "Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol.1 No.3 September 2013, h. 1259.

sebagai informasi dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan melalui perilaku konsumen.⁷

Orisinilitas penelitian yaitu penelitian ini membahas pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat⁷ Produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menjadi salah satu pembentukan motivasi, persepsi dan sikap konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian. Disamping itu kemudahan untuk mendapatkan alat transportasi jenis sepeda motor saat ini sangat mudah karena program pemberian kredit bisa dilakukan dengan uang muka yang terjangkau oleh semua lapisan masyarakat. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan. Berdasarkan semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap alat transportasi pribadi berupa sepeda motor dan meningkatnya persaingan untuk merebut konsumen.

- f. Penelitian yang dilakukan oleh Jilly Bernadette Mandey, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado 2013 yang berjudul *"Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild"* Metode analisis yang digunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan promosi, distribusi, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial promosi dan distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Mengingat pangsa pasar yang ada, perusahaan sebaiknya meningkatkan keputusan pembelian dengan memperhatikan dan menarik minat konsumen dalam

⁷Dewi Urip Wahyuni, "Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek" Honda" di Kawasan Surabaya Barat." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 10.1 (2008): pp-30, h. 30.

pembelian produk melalui penerapan harga yang menarik.⁸

Orisinilitas penelitian yaitu penelitian ini membahas promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian rokok surya promild. Seorang pemasar harus lebih jeli dalam membaca perubahan-perubahan yang terjadi di dalam maupun di luar lingkungan perusahaan, karena penting untuk mengetahui apa kelebihan, kekurangan, ancaman dari pesaing dan tren atau mode yang sedang dianut pada saat tertentu. Dengan demikian perusahaan dapat membuat strategi yang lebih efektif dan efisien dalam menjalankan kegiatan usahanya dan lebih siap dalam menghadapi persaingan-persaingan yang mungkin terjadi di masa yang akan datang. Para pemasar membutuhkan informasi yang tepat dan akurat, serta dapat dilakukan terhadap konsumen, pesaing dan merek mereka. Dengan mendapatkan pemahaman konsumen yang menyeluruh dan mendalam, akan membantu memastikan bahwa produk yang tepat dipasarkan pada konsumen yang tepat dengan cara yang tepat.

- g. Penelitian yang dilakukan oleh Alfanda Andika dan Febsri Susanti, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP Padang 2018 yang berjudul "*Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Azzwars Parfum Lubeg Padang*". Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda dengan metode kuadrat terkecil (*least Squares*). Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa: 1) Objek penelitian adalah Azzwars Parfum Lubeg Padang. 2) Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda dengan program aplikasi SPSS. 3)

⁸Jilly Bernadette Mandey, "Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol.1 No.4 Desember 2013, h. 95.

Variabel penelitian yang digunakan adalah Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X2), Promosi (X2) dan Keputusan Pembelian konsumen Azzwars Parfum Lubeg Padang. 4) Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Azzwars Parfum Lubeg Padang. 5) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Azzwars Parfum Lubeg Padang. 6) Tempat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Azzwars Parfum Lubeg Padang. 7) Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Azzwars Parfum Lubeg Padang. 8) Marketing Mix berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Azzwars Parfum Lubeg Padang.⁹

Orisinilitas penelitian yaitu penelitian ini membahas pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang. Kepuasan pelanggan yang dimaksud yaitu kepuasan terhadap Product, kepuasan terhadap Price, kepuasan terhadap Promotion dan kepuasan terhadap Place dari pembelian parfum.

- h. Penelitian yang dilakukan oleh Cindy Juwita Dessyana, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi 2013 yang berjudul "*Store Atmosphere Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado*". Alat analisis yang digunakan regresi linier berganda, uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan store exterior, general interior, store layout dan interior display berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara parsial store exterior, general interior, store layout dan interior

⁹Alfanda Andika dan Febsri Susanti, "Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang." (2018), h. 10-11.

display berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.¹⁰

Orisinilitas penelitian yaitu peneliti ini membahas *Store Atmosphere* pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di *Texas Chicken Multimart II Manado*. Salah satu strategi yang dapat dipergunakan adalah merencanakan desain *Store atmosphere* (suasana toko) dengan bentuk dan konsep baru serta ide-ide kreatif yang membangun citra toko sehingga membuat pengunjung merasa nyaman ketika berbelanja. Citra toko di mata pengunjung dapat menjadi pendorong untuk masuk ke dalam toko yang berlanjut pada proses interaksi hingga pembelian

- i. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahjuni Astuti dan I Gde Cahyadi, Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga 2007 yang berjudul "*Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*". Dari hasil analisis regresi linier berganda didapatkan bahwa variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap rasa percaya diri pelanggan atas keputusan pembelian sepeda motor Honda di Surabaya adalah variabel kesan kualitas (X2), hal ini disebabkan karena pada pengambilan keputusan pembelian yang memiliki keterlibatan pelanggan yang tinggi (*high involvement decision making*) khususnya pada pembelian sepeda motor, di mana unsur kualitas dianggap sebagai unsur yang paling penting bagi pelanggan karena sangat berkaitan dengan tingkat kinerja yang diharapkan oleh pelanggan. Variabel kesadaran merek (X1) memiliki pengaruh yang relatif paling kecil karena dengan kesadaran atau pengenalan atas

¹⁰Cindy Juwita Dessyana, "*Store atmosphere* pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di *Texas Chicken Multimart II Manado*." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1 No. 3 Juni 2013, h. 844.

merek saja pelanggan tidak yakin atas keputusan pembelian sepeda motor yang akan diambilnya.¹¹

Orisinilitas penelitian yaitu penelitian ini membahas pengaruh elemen ekuitas merek terhadap rasa percaya diri pelanggan di Surabaya atas keputusan pembelian Sepeda Motor Honda. Memasuki milenium baru di era globalisasi ini, produsen dihadapkan pada persaingan untuk meraih dominasi merek. Merek menjadi faktor penting dalam persaingan dan menjadi aset perusahaan yang bernilai. Produk menjelaskan atribut inti sebagai suatu komoditi yang dipertukarkan, sedangkan merek menjelaskan spesifikasi pelanggannya.

- j. Penelitian yang dilakukan oleh Algrina Agnes Ulus, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado 2013 yang berjudul "*Bauran Pemasaran Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu pada Pt. Astra Internasional Manado*". Teknik analisis yang digunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian yang dilakukan secara simultan produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian pada PT.Astra Manado, maupun secara parsial produk, harga, tempat dan promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Variabel yang dominan adalah variabel produk, harga, dan lokasi, dan untuk yang lemah adalah variabel promosi.¹²

Orisinilitas penelitian yaitu penelitian ini membahas bauran pemasaran

¹¹Sri Wahyuni Astuti dan I. Gede Cahyadi. "Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga (JEBA)| Journal of Economics and Business Airlangga* 17.2 (2007), h. 155.

¹²Algrina Agnes Ulus, "Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol.1 No.4 Desember 2013*, h. 1134.

pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Mobil Daihatsu pada Pt. Astra Internasional Manado. Pemasaran yang baik tentang bagaimana barang atau jasa hasil produksi dapat dikenal dan dibeli oleh masyarakat, dan pemasaran yang tepat itu bukanlah kebetulan, melainkan hasil dari eksekusi dan perencanaan yang cermat. Praktik Pemasaran harus terus-menerus ditingkatkan dan diperbaharui, hal ini tentunya tidak terlepas dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut. Perusahaan untuk mencapai pemasaran yang baik tentunya harus merencanakan produk dan jasa terlebih dahulu, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa pada konsumen pada akhirnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas maka dapat disimpulkan persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian ini. Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas keputusan pembelian konsumen. Adapun perbedaannya yaitu fokus penelitian ini membahas keputusan konsumen resto dengan perspektif ekonomi Islam dengan menggunakan variabel kesan kualitas dan tanggapan pelayanan sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan konstruk ekonomi Islam.

2. Orisinilitas Penelitian

Orisinilitas dari penelitian-penelitian di atas berbeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Penelitian ini merupakan penelitian yang pertama kali dilakukan untuk membahas keputusan pembelian konsumen resto AFC Watampone dengan konstruk ekonomi Islam. Peneliti menggunakan variabel kesan kualitas dan tanggapan pelayanan sebagai variabel eksogen yang mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen. Analisis yang digunakan oleh peneliti adalah analisis Struktural Equation Model (SEM) yang dianggap sebagai gabungan analisis regresi dan analisis faktor sehingga lebih akurat dalam mengidentifikasi pengambilan keputusan pembelian dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

B. Kajian Teoretis

1. Kesan Kualitas

Kesan kualitas merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan produk. Mengutip pendapat Othman dan Owen, Rizky Pratama Putra and Sri Herianingrum mengatakan bahwa konsep kesan kualitas dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam.¹³

Menurut Lewis and Booms dalam Tjiptono yang dituangkan oleh Sarini Kudu, mengatakan kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas layanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen.¹⁴

Pendapat di atas kelihatannya memiliki tiga dimensi. Tiga dimensi ini masing-masing memiliki tiga indikator dan setiap indikator memiliki dua prediktor. Uraianya dapat dipaparkan sebagai berikut:

¹³Rizky Pratama Putra dan Sri Herianingrum. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 1.9 (2014). h. 624.

¹⁴Sarini Kudo, "Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1.3 (2013) h. 1253.

a. Penyajian adalah proses, cara, pelayanan, perbuatan menyajikan suatu hidangan dengan tampilan yang menarik. Berdasarkan uraian tersebut maka ditarik tiga indikator sebagai berikut:

- 1) Proses adalah suatu pelaksanaan atau kejadian yang saling terkait yang bersama-sama mengubah masukan menjadi keluaran atau hasil. Dimana prediktornya pelaksanaan dan hasil.
- 2) Tampilan adalah penyajian yang dilihat secara langsung dengan penyusunan tata letak sehingga terbentuk sesuatu yang menarik. Adapun prediktornya yaitu tata letak dan bentuk.
- 3) Pelayanan adalah suatu usaha melayani kebutuhan orang lain untuk memberikan kepuasan melalui suatu interaksi. Adapun prediktornya yaitu interaksi dan kepuasan.

b. Nilai moral adalah nilai-nilai yang dapat mendorong seseorang guna bertindak atau melakukan suatu perbuatan baik atau buruk, serta sebagai sumber motivasi. Berdasarkan uraian tersebut maka ditarik tiga indikator sebagai berikut:

- 1) Perbuatan adalah sesuatu yang diperbuat atau dilakukan sehingga menjadi tingkah laku. Adapun prediktornya yaitu tingkah laku dan tindakan.
- 2) Perkataan adalah segala sesuatu yang diucapkan atau dikatakan dari mulut seseorang. Adapun prediktornya yaitu ucapan dan intonasi.
- 3) Motivasi adalah sebuah dorongan atau hasrat di dalam diri untuk mencapai suatu keinginan, cita-citra dan tujuan tertentu. Adapun prediktornya yaitu keinginan dan dorongan.

c. Patuh adalah suatu perbuatan menaati suatu aturan atau kesepakatan dimana ketika melaksanakan berarti dapat dikatakan orang tersebut disiplin. Berdasarkan uraian tersebut maka ditarik tiga indikator sebagai berikut:

- 1) Aturan adalah suatu ketentuan, petunjuk, patokan, atau perintah dengan tujuan untuk mengatur manusia dalam kehidupan sehari-hari. Adapun prediktornya yaitu petunjuk dan perintah.
- 2) Disiplin adalah sikap taat dan patuh terhadap nilai-nilai atau aturan yang ada dengan melaksanakan berarti dapat dikatakan bertanggung jawab. Adapun prediktornya yaitu tepat waktu dan bertanggung jawab.
- 3) Taat adalah senantiasa tunduk dan patuh baik terhadap perintah Allah swt., Rasul-Nya, maupun Ulil Amri atau pemimpin. Adapun prediktornya yaitu patuh dan tunduk.

2. Tanggapan Pelayanan

Mengutip pendapat J. S Badudu dan Sadua M. Zain, Anita Kusuma Dewi mengatakan bahwa Tanggapan adalah pendapat atau pandangan atau anggapan tentang sesuatu hal.¹⁵ Adapun pelayanan mengutip pendapat Siagian, Ahmad Ulinuha mengatakan bahwa pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.¹⁶

Pendapat lain terkait pelayanan mengutip pendapat Lukman, Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa mengatakan pelayanan adalah kegiatan-kegiatan yang tidak

¹⁵Anita Kusuma Dewi, “Analisis Tanggapan Konsumen terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Hotel (Studi Kasus: Hotel Kartika Wisata Kopeng)”. Skripsi 2008, h. 22.

¹⁶Ahmad Ulinuha, “Pengaruh pelayanan dan citra pegadaian syari’ah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada Pegadaian Syari’ah cabang Majapahit Semarang” Diss. IAIN Walisongo, 2010. h. 11.

jelas, namun menyediakan kepuasan konsumen dan atau pemakai industri serta tidak terikat pada penjualan suatu produk atau pelayanan lainnya. Lebih lanjut dikatakan bahwa pelayanan adalah suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan orang-orang atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan konsumen.¹⁷

Jadi, tanggapan pelayanan adalah pendapat, pandangan maupun persepsi konsumen terkait produk dan jasa yang disediakan sehingga memberikan tanggapan rasa menyenangkan terhadap pemenuhan kebutuhannya.

Pendapat di atas kelihatannya memiliki tiga dimensi. Tiga dimensi ini masing-masing memiliki tiga indikator dan setiap indikator memiliki dua prediktor. Uraian dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a. Empati adalah mencakup kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan konsumen. Berdasarkan uraian tersebut maka ditarik tiga indikator sebagai berikut:
 - 1) Kemudahan adalah sesuatu yang mempermudah dan memperlancar suatu kegiatan. Adapun prediktornya yaitu mudah dan lancar.
 - 2) Kebutuhan adalah segala kebutuhan dasar untuk mempertahankan hidup serta untuk memperoleh kesejahteraan dan kenyamanan. Adapun prediktornya yaitu kenyamanan dan kepuasan.
 - 3) Komunikasi adalah suatu proses penyaluran informasi dengan menggunakan bahasa dan sikap yang sesuai agar mudah untuk dipahami. Adapun prediktornya yaitu bahasa dan sikap.

¹⁷Ni Nyoman Yuliarmita dan Putu Riyasa, "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar." *BULETIN STUDI EKONOMI* Volume 12 Nomor 1 Tahun 2007, h. 15.

b. Keandalan adalah segala sesuatu yang menjadi kelebihan baik dari segi pelayanan dan ketepatan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Berdasarkan uraian tersebut maka ditarik tiga indikator sebagai berikut:

- 1) Pelayanan adalah suatu kegiatan untuk menyediakan dan melayani konsumen untuk memberikan kepuasan. Adapun prediktornya yaitu menyediakan dan melayani.
- 2) Ketepatan adalah kemampuan untuk mengarahkan dan mengendalikan suatu kondisi atau seseorang sesuai dengan porsinya dalam mencapai suatu tujuan. Adapun prediktornya yaitu mengarahkan dan mengendalikan.
- 3) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa terhadap suatu kinerja apakah sesuai dengan harapan atau tidak. Adapun prediktornya yaitu perasaan dan harapan.

c. Ketanggapan adalah suatu kemampuan berupa reaksi seseorang setelah melihat, mendengar ataupun merasakan sesuatu untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap kepada konsumen. Berdasarkan uraian tersebut maka ditarik tiga indikator sebagai berikut:

- 1) Kemampuan adalah kapasitas dan keterampilan seseorang untuk melakukan tugas dengan baik terhadap suatu pekerjaan. Adapun prediktornya yaitu kapasitas dan keterampilan.
- 2) Membantu adalah memberikan bantuan dengan maksud untuk menolong baik dapat berupa materi, tenaga ataupun lainnya. Adapun prediktornya yaitu memberi dan menolong.

- 3) Tanggap yaitu kemampuan respon seseorang untuk mengetahui suatu keadaan atau gejala yang timbul dengan cepat, akurat dan mampu menyelesaikan gejala yang timbul. Adapun prediktornya yaitu reflex dan respon.

Dimensi yang dijelaskan dalam konsep Islam mengutip pendapat Ratnasari, Fitria Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari menguraikan dimensinya sebagai berikut:¹⁸

- a. *Compliance* (kepatuhan) adalah kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang ditetapkan dalam Al-Qur'an dan syariah serta *Ulil Amri*. Pengetahuan seseorang tentang syariah akan meningkatkan kepatuhannya terhadap perintah dan larangan Allah swt sehingga memunculkan kepribadian yang penuh moral dan etika.

Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS An-Nisā'/4: 59:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Terjemahan:

“Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad) dan *Ulil Amri* (pemegang kekuasaan) diantara kamu. Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (Sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu, lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”¹⁹

- b. *Assurance* (jaminan), Pengetahuan dan kemahiran atas suatu produk hanya akan diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh. Islam memerintahkan agar setiap Muslim senantiasa belajar dengan tekun dan terus

¹⁸Fitria Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari, “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya.” *JESTT* Vol. 2 No. 4 April 2015, h. 325-327.

¹⁹Abdul Aziz Abdul Rauf, *Al-Qur'an Hafalan Mudah: Terjemahan dan Tajwid Warna*, (Bandung: Cordoba, 2018), h. 87.

meningkatkan kemampuan dirinya. Karyawan yang memiliki pengetahuan luas terhadap jasa, akan mampu berbicara lebih luas tentang jasa tersebut dan dapat menyampaikan jasa lebih baik kepada pelanggan. Hal ini didasarkan firman Allah swt. tentang keutamaan orang yang berilmu. Bagian lain dari dimensi assurance adalah sikap karyawan yang ramah dan sopan. Sikap tersebut merupakan bagian dari etika perdagangan yang harus dijalankan oleh setiap Muslim. Allah swt. juga memerintahkan kepada Muslim untuk mengucapkan kata-kata yang baik ketika berinteraksi dengan orang lain dan menempatkan sesuatu sesuai dengan takarannya.

Hal ini sejalan dengan firman Allah swt. dalam QS Asy-Syu'arā'/26: 181-182:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (181) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ (182)

Terjemahan:

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar.”²⁰

- c. *Tangible* (bukti fisik) merupakan tampilan fisik yang akan menunjukkan identitas organisasi sekaligus faktor pendorong munculnya persepsi awal pelanggan terhadap suatu organisasi jasa. Ketidakmampuan organisasi dalam menampilkan bukti fisiknya dengan baik, akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif pada pelanggan. Dimensi lain dalam *tangible* adalah bukti fisik personal, yakni karyawan dalam berpenampilan atau berpakaian. Dalam syariat Islam, diwajibkan untuk menutup aurat.

Sebagaimana firman Allah swt. dalam QS Al-A'rāf/7: 26:

²⁰Abdul Aziz Abdul Rauf, *Al-Qur'ān Hafalan Mudah: Terjemahan dan Tajwid Warna*, h. 374.

يُنَبِّئُ آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِي سَوْءَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ
 اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Terjemahan:

“Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya kami telah menyediakan pakaian untuk menutup auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagai tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.”²¹

- d. *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan bagian dari profesionalitas. Organisasi yang profesional senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, memperhatikan harapan dan masukan dari pelanggan serta meresponnya dengan cepat dan tepat. Jika tidak demikian, berarti manajemen organisasi tersebut telah menzalimi pelanggan. Allah swt melarang setiap muslim untuk berbuat zalim dalam berbisnis.

Sesuai dengan firman Allah swt dalam QS Asy-Syarah/94: 7:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Terjemahan:

“Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”²²

- e. *Empathy* (empati), Sebuah organisasi jasa syariah harus senantiasa memberikan perhatian khusus terhadap masing-masing pelanggannya yang ditunjukkan dengan sikap komunikatif yang diiringi kepekaan tentang kebutuhan pelanggan. Hal ini merupakan wujud kepatuhan penyedia jasa terhadap perintah Allah swt untuk selalu peduli terhadap kondisi dan kebutuhan orang lain.

Sebagaimana firman Allah swt berfirman dalam QS An-Nahl/16: 90:

²¹Abdul Aziz Abdul Rauf, *Al-Qur'an Hafalan Mudah: Terjemahan dan Tajwid Warna*, h. 153.

²²Abdul Aziz Abdul Rauf, *Al-Qur'an Hafalan Mudah: Terjemahan dan Tajwid Warna*, h. 596.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Terjemahan:

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”²³

- f. *Reliability* (kehandalan), Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah swt juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat.

Allah swt berfirman dalam QS Al-Aḥzāb/33: 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ ٱلْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Terjemahan:

“Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia yang banyak mengingat Allah.”²⁴

²³Abdul Aziz Abdul Rauf, *Al-Qur’ān Hafalan Mudah: Terjemahan dan Tajwid Warna*, h. 277.

²⁴Abdul Aziz Abdul Rauf, *Al-Qur’ān Hafalan Mudah: Terjemahan dan Tajwid Warna*, h. 420.

3. Keputusan Pembelian

Mengutip pendapat Nugroho, Hilza Risa mengatakan keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.²⁵

Pendapat di atas kelihatannya memiliki tiga dimensi. Tiga dimensi ini masing-masing memiliki tiga indikator dan setiap indikator memiliki dua prediktor. Uraian dapat dipaparkan sebagai berikut:

a. Pengetahuan adalah suatu potensi untuk dapat memahami dan mengolah informasi terhadap suatu gejala. Berdasarkan uraian tersebut maka ditarik tiga indikator sebagai berikut:

- 1) **Informasi** adalah sekumpulan data atau fakta yang telah diproses dan dikelola sedemikian rupa sehingga menjadi sesuatu yang dapat dimengerti dan bermanfaat bagi penerimanya. Adapun prediktornya yaitu fakta dan penerima.
- 2) **Pemahaman** adalah suatu kemampuan untuk mengerti sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Adapun prediktornya yaitu tahu dan ingat.
- 3) **Potensi** adalah kemampuan dasar yang dimiliki seseorang yang dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi. Adapun Prediktornya yaitu kemampuan dan pengembangan.

b. Mengevaluasi adalah suatu proses untuk menilai sesuatu yang dapat berupa suatu data dimana hasilnya dapat dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Berdasarkan uraian tersebut maka ditarik tiga indikator sebagai berikut:

²⁵Hilza Risa, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Batubata Di Kenagarian Aripankecamatan X Koto Singkarak Kabupatensolok Sumatera Barat Menurut Ekonomi Islam" *Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 2015. h.40.

- 1) Data adalah suatu fakta yang dapat berupa angka, simbol atau lainnya yang diperoleh melalui pengamatan suatu objek. Adapun prediktornya yaitu pengamatan dan kebenaran.
 - 2) Nilai adalah sesuatu yang dapat berupa baik maupun buruk yang dapat mempengaruhi tingkah laku dan kepuasan seseorang. Adapun prediktornya yaitu petunjuk dan baik.
 - 3) Pengambilan keputusan adalah suatu sikap yang dilakukan seseorang dalam memilih suatu alternatif yang menjadi pemecahan masalah pilihan.. Adapun prediktornya yaitu memilih dan pemecahan.
- c. Perilaku adalah suatu sikap dan tindakan yang dilakukan secara terus-menerus yang mampu mengarahkan tingkah, laku dan kepuasan dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan uraian tersebut maka ditarik tiga indikator sebagai berikut:
- 1) Respon adalah suatu sikap, tanggapan atau tingkah laku yang dilakukan seseorang terhadap suatu rangsangan. Adapun prediktornya yaitu tingkah laku dan tanggapan.
 - 2) Stimulus adalah suatu yang dapat mempengaruhi baik dari dalam atau luar yang dapat mempengaruhi perbuatan atau kelakuan seseorang. Adapun prediktornya yaitu kelakuan dan mempengaruhi.
 - 3) Tindakan adalah suatu perbuatan atau perilaku yang dilakukan oleh seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun prediktornya yaitu perbuatan dan tujuan.

Perilaku konsumen Muslim dapat dipandang sebagai proses dan aktifitas yang dilakukann seorang Muslim dalam memilih, membeli, dang menggunakan barang dan jasa untuk mendapatkan masalah yang maksimal. Perilaku konsumen Muslim ini

mengandung tiga elemen penting, yaitu: proses pengambilan keputusan, kegiatan fisik dalam menilai, mendapat dan menggunakan barang dan jasa serta kepedulian terhadap masalah jika ia seorang muslim yang bertakwa.²⁶

Allah swt berfirman dalam QS Yāsīn/36: 47:

وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ قَالِ الَّذِينَ كَفَرُوا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْطَعِمُ مَنْ لَوْ يَشَاءُ اللَّهُ أَطَعَمَهُ إِنَّ
 أَنْتُمْ إِلَّا فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ

Terjemahan:

“Dan apabila dikatakan kepada mereka, ‘Infakkanlah sebagian rezki yang diberikan Allah kepadamu,’ Orang-orang kafir itu berkata kepada orang-orang yang beriman, ‘apakah pantas bagi kami memberikan makanan kepada orang-orang yang jika Allah menghendaki Dia akan memberinya makan? Kamu benar-benar dalam kesesatan yang nyata.’”

Keputusan pembelian seseorang harus berdasarkan kebutuhan dan tidak bersikap berlebih-lebihan serta dalam rangka untuk memamerkan diri. Konsumsi yang berlebihan merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, yang dalam Islam disebut dengan istilah *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (Menghambur-hamburkan harta tanpa guna). Tabzir berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yaitu menuju tujuan-tujuan yang terlarang, seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum, atau dengan cara yang tanpa aturan.²⁷

Hal tersebut berdasarkan hadis Rasulullah saw yang artinya, Dari Amr bin Syaib, dari ayahnya, dari kakeknya, ia berkata: Rasulullah telah bersabda “Makanlah, minumlah, bersedekahlah, dan berbusanalah, selama tak ada di dalamnya sikap berlebihan atau memamerkan diri”.²⁸

²⁶Syaparuddin, *Ilmu Ekonomi Mikro Islam: Peduli Masalah vs Tidak Peduli Masalah*, (Cet. I; Yogyakarta: TrustMedia Publishing, 2017), h. 76.

²⁷Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Cet. 1; Bandung; CV PUSTAKA SETIA, 2013), H. 226.

²⁸Sarjan, *Hadis-Hadis Ekonom*, (Cet. 1; Jakarta Selatan; Yameka, 2009), h. 39.

Hadis di atas memberi gambaran bahwa dalam konsumsi pokok misalnya makan dan minum harus sesuai dengan porsi dengan kata lain tidak berlebihan.

Hal lain yang harus diperhatikan dalam keputusan pembelian yaitu makanan halal lagi baik, sesuai dengan firman Allah swt dalam QS Al-Baqarah/2: 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemahan:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”²⁹

Berdasarkan ayat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dalam keputusan pembelian bukan hanya halal atau tidaknya yang harus diperhatikan tetapi juga apakah hal tersebut baik untuk dikonsumsi.

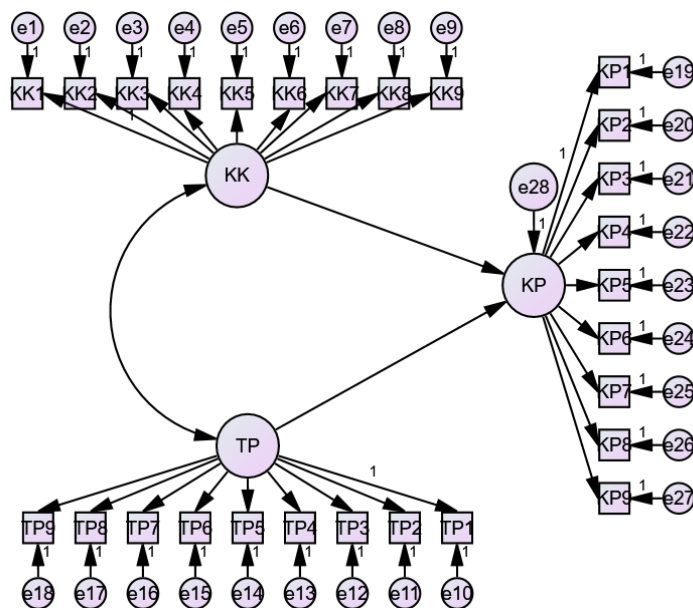
²⁹Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Ed. 1 (Cet. 3; Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 94

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan uraian kajian teori di atas kerangka pikir penelitian ini dapat disajikan dalam bentuk gambar (Gambar 2.1) seperti di bawah ini:

Gambar 2.1

Kerangka Pikir Penelitian



Gambar di atas menunjukkan hubungan variabel kesan kualitas dan tanggapan pelayanan dengan keputusan pembelian. Setiap variabel memiliki indikator, kesan kualitas memiliki Sembilan indikator, tanggapan pelayanan memiliki Sembilan indikator dan keputusan pembelian memiliki Sembilan indikator. Karena penelitian ini menggunakan SEM maka setiap indikator harus memiliki variabel error.

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pikir di atas maka dapat diturunkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Kesan kualitas berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian
2. Tanggapan pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jika dilihat dari metodologi penelitian, maka penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Hal ini karena peneliti ingin menyelesaikan suatu model persamaan yang sesuai dengan data yang diperoleh. Berdasarkan analisis data pada penelitian ini, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik estimasi model yaitu *Maximum Likelihood* (ML) karena sampel yang digunakan sebanyak 125 sampel.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan keilmuan. Pendekatan keilmuan yang dimaksud yaitu pendekatan ilmu ekonomi Islam yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen resto dalam mencapai falah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dijadikan sebagai tempat penelitian untuk memfokuskan dan mempermudah dalam penelitian. Maka peneliti menentukan tempat yang dijadikan sebagai lokasi penelitian yaitu AFC Watampone yang berlokasi di Jl. Jend. Ahmad Yani, Macanang, Tanete Riattang Barat, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dalam penelitian ini dimulai pada bulan Mei 2020 sampai dengan Agustus 2020.

C. *Data dan Sumber Data Penelitian*

Data dan sumber data dalam penelitian ini adalah bersumber dari data primer. Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan. Data primer yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, diperoleh secara langsung dari objek/subjek penelitian dengan cara: Melakukan observasi terhadap kesan kualitas yang ada di resto AFC Watampone, Melakukan wawancara dengan pemilik resto AFC Watampone, dan pengambilan data kepada konsumen resto AFC Watampone dengan menggunakan kusioner penelitian.

D. *Populasi dan Sampel Penelitian*

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian sebagai sumber data dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen resto AFC Watampone.

2. Sampel

Agar memudahkan dalam penelitian maka peneliti menganbil sampel dari pupulasi yang ada. Sampel penelitian yaitu sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili gejala yang diamati. Sampel penelitian ditentukan dengan Teknik *randown sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Dalam menentukan jumlah

sampel peneliti menggunakan *Maximum Likelihood* dengan interval sampel 100-200 sampel. Karena adanya *pandemic covid-19* maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 125 orang konsumen resto AFC Watampone.

E. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan setiap hal yang ditetapkan sebagai sumber data untuk memperoleh suatu informasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen yaitu variabel memiliki pengaruh terhadap variabel lain namun tidak dipengaruhi oleh variabel lain antara lain kesan kualitas dan tanggapan pelayanan. Adapun variabel endogen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel eksogen.

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami makna yang terkandung dalam penelitian ini, maka perlu untuk memberikan pengertian secara konseptual dan operasional untuk setiap variabel dan kisi-kisi operasional variabel, antara lain:

1. Defenisi Operasional Penelitian

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami makna yang terkandung dalam penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan variabel-variabel penelitian.

Secara bahasa kesan yaitu bekas (kaki dsb), jejak, apa yang terasa (terpikir) sesudah melihat (mendengar) sesuatu.⁵⁷ Sedangkan kualitas secara bahasa yaitu tingkat baik buruknya sesuatu, kadar, derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan dsb) dan mutu.⁵⁸ Jadi secara istilah kesan kualitas dapat diartikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu yang dapat memberikan bekas setelah melihat atau mendengar

⁵⁷Kamus Bahasa Indonesia/Tim Penyusun Kamus Bahasa (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h. 710.

⁵⁸Kamus Bahasa Indonesia/Tim Penyusun Kamus Bahasa, h. 763.

sesuatu. Mengutip pendapat Othman dan Owen, Rizky Pratama Putra and Sri Herianingrum mengatakan bahwa konsep kesan kualitas dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam.⁵⁹

Tanggapan secara bahasa yaitu sambutan terhadap ucapan (kritik, komentar dsb), apa yang diterima oleh pancaindra dan bayangan di angan-angan.⁶⁰ Pelayanan yaitu perihal atau cara melayani, servis, dan jasa.⁶¹ Jadi secara istilah tanggapan pelayanan dapat diartikan sebagai pendapat atau komentar terhadap layanan atau servis dari penyedia jasa. Mengutip pendapat J. S Badudu dan Sadua M. Zain, Anita Kusuma Dewi mengatakan bahwa Tanggapan adalah pendapat atau pandangan atau anggapan tentang sesuatu hal.⁶² Sedangkan pelayanan mengutip pendapat Siagian, Ahmad Ulinuha mengatakan bahwa pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.⁶³ Jadi, tanggapan pelayanan adalah pendapat, pandangan maupun persepsi konsumen terkait produk dan jasa yang disediakan sehingga memberikan tanggapan rasa menyenangkan terhadap pemenuhan kebutuhannya.

⁵⁹Rizky Pratama Putra dan Sri Herianingrum. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya", h. 624.

⁶⁰Kamus Bahasa Indonesia/Tim Penyusun Kamus Bahasa, h. 1442.

⁶¹Kamus Bahasa Indonesia/Tim Penyusun Kamus Bahasa, h. 826.

⁶²Anita Kusuma Dewi, "Analisis Tanggapan Konsumen terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Hotel (Studi Kasus: Hotel Kartika Wisata Kopeng)", h. 22.

⁶³Ahmad Ulinuha, "Pengaruh pelayanan dan citra pegadaian syari'ah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada Pegadaian Syari'ah cabang Majapahit Semarang", h. 11.

Secara bahasa keputusan yaitu perihal yang berkaitan dengan putusan; segala putusan yang telah ditetapkan (sudah dipertimbangkan, dipikirkan dan sebagainya).⁶⁴ Sedangkan pembelian secara bahasa adalah perihal membeli suplai, dan hal membeli persediaan barang-barang yang dibutuhkan.⁶⁵ Jadi secara istilah keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan tindakan memilih setelah mempertimbangkan untuk membeli suplai dan atau persediaan terhadap barang-barang yang dibutuhkan. Mengutip pendapat Nugroho, Hilza Risa mengatakan keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.⁶⁶

2. Kisi-Kisi Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka dapat diturunkan indikator (konstruk) variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1

Konstruk Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Prediktor
Kesan Kualitas	Penyajian	Proses	Pelaksanaan
			Hasil
		Tampilan	Tata letak
			Bentuk

⁶⁴Kamus Bahasa Indonesia/Tim Penyusun Kamus Bahasa, h. 11450

⁶⁵Kamus Bahasa Indonesia/Tim Penyusun Kamus Bahasa, h. 167.

⁶⁶Hilza Risa, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Batubata Di Kenagarian Aripankecamatan X Koto Singkarak Kabupatensolok Sumatera Barat Menurut Ekonomi Islam", h. 40.

		Pelayanan	Interaksi
			Kepuasan
	Nilai Moral	Perbuatan	Tingkah laku
			Tindakan
		Perkataan	Ucapan
			Intonasi
		Motivasi	Keinginan
			Dorongan
	Kepatuhan	Aturan	Petunjuk
			Perintah
		Disiplin	Tepat waktu
			Bertanggung jawab
		Taat	Patuh
			Tunduk
Tanggapan Pelayanan	Empati	Kemudahan	
		Mudah	
	Lancar		
		Kebutuhan	Kenyamanan

			Kepuasan
		Komunikasi	Bahasa
			Sikap
	Keandalan	Pelayanan	Menyediakan
			Melayani
		Ketepatan	Mengarahkan
			Mengendalikan
		Kepuasan	Perasaan
			Harapan
	Ketanggapan	Kemampuan	Kapasitas
			Keterampilan
		Bantuan	Memberi
			Menolong
		Tanggap	Refleks
Respon			
Keputusan Pembelian	Pengetahuan	Informasi	
		Fakta	
		Penerima	
	Pemahaman	Tahu	

			Ingat
		Potensi	Kemampuan
			Pengembangan
	Mengevaluasi	Data	Pengamatan
			Kebenaran
		Nilai	Petunjuk
			Baik
		Pengambilan keputusan	Memilih
			Pemecahan masalah
	Perilaku	Respon	Tingkah laku
			Tanggapan
		Stimulus	Kelakuan
			Mempengaruhi
		Tindakan	Perbuatan
Tujuan			

F. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengambilan data merupakan alat atau media yang digunakan untuk pengambilan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah. Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah suatu pedoman tertulis berupa pertanyaan yang disiapkan oleh peneliti. Instrumen penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan kusioner. Kusioner dalam penelitian ini dalam bentuk *google form* dimana telah disediakan pertanyaan dengan alternatif jawaban berupa interval angka 1 sampai 5 dimana angka (5) sangat setuju, (4) setuju, (3) ragu-ragu, (2) tidak setuju dan (1) sangat tidak setuju.

G. Analisis Data

1. Proses Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari, menyusun dan mengelompokan data berdasarkan secara sistematis. Dalam penelitian ini disusun berdasarkan variabel dan jenis responden, membuat tabulasi data berdasarkan variabel dan responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis. Analisis data bertujuan untuk memahami apa maksud dari data tersebut, mengelompokan dan meringkas sehingga mudah untuk dimengerti, serta menemukan pola umum yang timbul dari proses tersebut. Proses dan teknik analisis data dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Tabulasi Data

Tabulasi data merupakan suatu bentuk deskripsi yang sifatnya umum dari hasil penetapan skor pada item yang telah ditentukan oleh peneliti. Penetapan skor dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur suatu data

perilaku. Dalam penelitian untuk mengukur data perilaku responden dengan menyediakan pertanyaan dengan alternatif jawaban berupa interval angka 1-5 dimana angka (5) sangat setuju, (4) setuju, (3) ragu-ragu, (2) tidak setuju dan (1) sangat tidak setuju. Dari beberapa item pertanyaan yang dijawab oleh responden melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah mentabulasi data melalui Ms.Excel

b. Deskripsi Data

Deskripsi data adalah upaya menampilkan data agar data tersebut dapat dipaparkan secara baik dan diinterpretasikan secara mudah. Deskripsi data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel frekuensi untuk menampilkan kategori-kategori yang terdapat pada identitas responden seperti umur responden, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan per bulan.

c. Uji *Exploratory Factor Analysis* (EFA)

Setelah data dikelompokkan sesuai dengan variabel dalam tabulasi oleh peneliti maka proses selanjutnya adalah melakukan uji EFA dari hasil tabulasi data tersebut berdasarkan jenis variabel. EFA adalah analisis yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mencari beberapa indikator-indikator (konstruk) yang dinyatakan dapat menjadi faktor dari variabel yang diamati. Analisis EFA dengan memperhatikan nilai KMO dan signifikansi yang diperoleh dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 21 pada tabel KMO and Barlett's Test dan tabel Component Matrix. Nilai KMO untuk korelasi antar indikator yang diinginkan adalah $\geq 0,5$ dan tingkat signifikansi penelitian adalah $\leq 0,05$. Setelah mendapatkan beberapa indikator yang dapat

mewakili variabel sebagai faktor maka dapat dilakukan proses analisis selanjutnya.

d. Uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Setelah didapatkan beberapa indikator yang dapat mewakili variabel sebagai faktor dalam penelitian. Proses selanjutnya adalah melakukan uji CFA. CFA adalah analisis yang bertujuan untuk menguji indikator-indikator (konstruk) yang baik dalam mewakili sebuah faktor dengan menggunakan program aplikasi Amos versi 24. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pengujian ini adalah uji *goodness of fit*, uji validitas konstruk, uji reliabilitas konstruk, dan uji normalitas data.

e. Uji *Structural Equation Model* (SEM)

Proses terakhir yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan dari uraian beberapa proses diatas adalah uji SEM. SEM (*Structural Equation Modeling*) yaitu suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor, model struktural, dan analisis jalur. Pengujian ini dilakukan untuk menentukan tingkat signifikansi hubungan antar variabel eksogen dan variabel endogen. Dapat dinyatakan signifikan apabila nilainya $\leq 0,05$. Dengan demikian, apabila nilai signifikansi variabel eksogen terhadap endogen $\leq 0,05$ maka dinyatakan signifikan berpengaruh.

2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan teknik atau cara dalam menganalisis data dengan menggunakan alat-alat statistik yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji *Exploratory Factor Analysis* (EFA),

Confirmatory Factor Analysis (CFA) dan *Structural Equation Model (SEM)*, sebagai berikut:

a. *Uji Exploratory Factor Analysis (EFA)*

Uji EFA merupakan salah satu teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian dengan memperhatikan nilai KMO, nilai signifikansi dan component matrix untuk membantu dalam pengambilan keputusan. Hasil uji EFA dengan menunjukkan nilai KMO untuk korelasi antar indikator yang diinginkan $\geq 0,5$, tingkat signifikansi penelitian $\leq 0,05$ dan memiliki 1 component matrix maka indikator-indikator (konstruk) dapat menjadi faktor dari variabel penelitian dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

b. *Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)*

Uji CFA merupakan teknik analisis data lanjutan dari uji EFA dalam penelitian untuk mengetahui kesesuaian model dengan penelitian, validitas konstruk, realibilitas konstruk dan normalitas data penelitian.

Uji *Goodness of Fit* atau uji kesesuaian model menggambarkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan memiliki kesesuaian yang baik dengan data yang telah ada. Hasil uji *Goodness of Fit* atau kesesuaian model dengan menunjukkan nilai chi square ≤ 122.108 (df = 98, sig. 5%), nilai probability $\geq 0,05$, nilai CMIN/DF $\leq 2,00$, nilai GFI $\geq 0,90$, nilai AGFI $\geq 0,90$, nilai IFI $\geq 0,90$, nilai TLI $\geq 0,90$, nilai CFI $\geq 0,90$, nilai NFI $\geq 0,90$ dan nilai RMSEA $\leq 0,08$ dapat dikatakan baik.

Uji validitas indikator-indikator (konstruk) bertujuan untuk mengukur apakah indikator (konstruk) mampu atau tidak merefleksikan variabel latennya dengan menunjukkan nilai *Critical ratio* (c.r) $\geq 1,96$ dan nilai

probabilitas $\leq 0,05$ maka dapat dinyatakan indikator-indikator (konstruk) tersebut signifikan.

Uji reabilitas indikator-indikator (konstruk) bertujuan untuk mengukur keandalan dan konsistensi data dengan menunjukkan nilai realibilitas indikator (konstruk) $\geq 0,70$ maka dapat dinyatakan indikator-indikator (konstruk) tersebut reliable.

Uji normalitas data dilakukan untuk menguji data penelitian yang digunakan berdistribusi normal sehingga dapat dilanjutkan untuk dilakukan pengujian selanjutnya dalam menjawab rumusan masalah penelitian dengan menunjukkan nilai “c.r” dari nilai akumulasi semua faktor ≤ 25 maka dapat dinyatakan data tersebut berdistribusi normal.

c. Uji *Structural Equation Model* (SEM)

Uji SEM merupakan teknik analisis data lanjutan dari CFA untuk menentukan model yang sesuai dengan data penelitian ini. Hasil uji SEM menunjukkan nilai signifikansi $\leq 0,05$ dan nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka dapat dinyatakan variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen. Adapun persamaan struktural dengan model regresi dapat dinyatakan seperti di bawah ini:

$$\eta_{KH} = \beta\eta + \gamma_{1KS}\xi_{1KS} + \gamma_{2DD}\xi_{2DD} + \zeta$$

$$\eta_{KH} = \beta\eta + \gamma_{1KS}\xi_{1KS} + \gamma_{2DD}\xi_{2DD} + \gamma_{3DA}\xi_{3DA} + \zeta$$

Keterangan:

η : Variabel laten endogen (dependen)

- ξ_1 : Variabel laten eksogen (independen) 1
 ξ_2 : Variabel laten eksogen (independen) 2
 β : Matriks koefisien untuk variabel laten endogen
 γ_1 : Matriks koefisien untuk variabel laten eksogen 1
 γ_2 : Matriks koefisien untuk variabel laten eksogen 2
 ζ : Galat structural

1) Persamaan Indikator Variabel Laten Eksogen:

a) Eksogen (Independen): Kesan kualitas (KK)

$$\chi_{KK1} = \lambda_1 \xi_1 + \delta_1$$

$$\chi_{KK2} = \lambda_2 \xi_2 + \delta_2$$

$$\chi_{KK3} = \lambda_2 \xi_3 + \delta_3$$

$$\chi_{KK4} = \lambda_2 \xi_4 + \delta_4$$

$$\chi_{KK5} = \lambda_2 \xi_5 + \delta_5$$

$$\chi_{KK6} = \lambda_2 \xi_6 + \delta_6$$

$$\chi_{KK7} = \lambda_2 \xi_7 + \delta_7$$

$$\chi_{KK8} = \lambda_2 \xi_8 + \delta_8$$

$$\chi_{KK9} = \lambda_2 \xi_9 + \delta_9$$

b) Eksogen (Independen): Tanggapan pelayanan (TP)

$$\chi_{TP1} = \lambda_1 \xi_1 + \delta_1$$

$$\chi_{TP2} = \lambda_2 \xi_2 + \delta_2$$

$$\chi_{TP3} = \lambda_2 \xi_3 + \delta_3$$

$$\chi_{TP4} = \lambda_2 \xi_4 + \delta_4$$

$$\chi_{TP5} = \lambda_2 \xi_5 + \delta_5$$

$$\chi_{TP6} = \lambda_2 \xi_6 + \delta_6$$

$$\chi_{TP7} = \lambda_2 \xi_7 + \delta_7$$

$$\chi_{TP8} = \lambda_2 \xi_8 + \delta_8$$

$$\chi_{TP9} = \lambda_2 \xi_9 + \delta_9$$

2) Persamaan Indikator Variabel Laten Endogen:

Endogen (Dependen): Keputusan pembelian (KP)

$$\gamma_{KP1} = \lambda_1 \eta_1 + \varepsilon_1$$

$$\gamma_{KP2} = \lambda_2 \eta_2 + \varepsilon_2$$

$$\gamma_{KP3} = \lambda_3 \eta_3 + \varepsilon_3$$

$$\gamma_{KP4} = \lambda_4 \eta_4 + \varepsilon_4$$

$$\gamma_{KP5} = \lambda_5 \eta_5 + \varepsilon_5$$

$$\gamma_{KP6} = \lambda_6 \eta_6 + \varepsilon_6$$

$$\gamma_{KP7} = \lambda_7 \eta_7 + \varepsilon_7$$

$$\gamma_{KP8} = \lambda_8 \eta_8 + \varepsilon_8$$

$$\gamma_{KP9} = \lambda_9 \eta_9 + \varepsilon_9$$

Keterangan:

\mathbf{x}_{KK1-9} : Indikator variabel laten eksogen KK1-9 dari ξ

\mathbf{x}_{TP1-9} : Indikator variabel laten eksogen TP1-9 dari ξ

\mathbf{y}_{KP1-9} : Indikator variabel laten endogen KP1-9 dari η

δ : Galat pengukuran dari indikator x

ε : Galat pengukuran dari indikator y

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Umum Al-Fatih Fried Chicken

Al-Fatih Fried Chicken (AFC) merupakan salah satu resto yang ada di Watampone. Pemilik sekaligus pendiri resto tersebut adalah bapak Abdul Aziz. Resto ini telah beroperasi kurang lebih dua tahun dimulai sejak tahun 2018 sampai sekarang. Awal mulanya bapak Abdul Aziz memiliki usaha penjualan pakaian bekas (cakar) sebelum usaha kuliner yang di lantai 2 beroperasi. Setelah beberapa tahun kemudian penjualan pakaian bekasnya mengalami penurunan dikarenakan kurangnya minat pelanggan terhadap produk tersebut, akhirnya berimbas pada penurunan omzet sehingga bapak Abdul Aziz memutuskan untuk membuka usaha kuliner di lantai 2 dan usaha penjualan pakaian bekas (cakar) tetap diadakan di lantai dasar. Usaha Al-Fatih Fried Chicken berdiri dengan modal awal Rp 50.000.000., dengan jumlah karyawan sebanyak 15 orang.⁷⁷

Setelah berjalan beberapa bulan usaha kuliner Al-Fatih Fried Chicken membawakan hasil yang baik disebabkan pangsa pasarnya meningkat drastis diikuti omzet yang dihasilkan dari usaha kuliner ini juga meningkat. Maka dari itu, diawal tahun 2019 bapak Abdul Aziz memutuskan untuk menutup penjualan pakaian bekas (cakar) yang berada di lantai dasar kemudian digantikan dengan peluasan usaha kuliner dengan memperbanyak menu

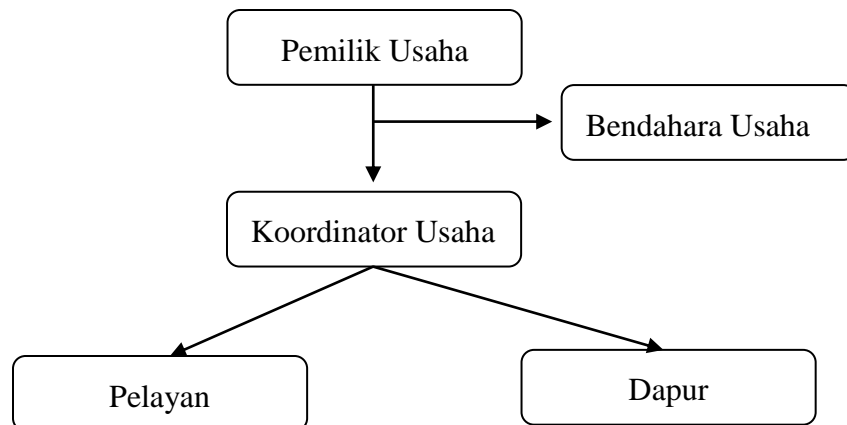
⁷⁷Abdul Aziz, Pemilik Al-Fatih Fried Chicken, wawancara oleh penulis di Watampone, 17 Februari 2020.

makanan dan minuman. Usaha ini terus berjalan sampai sekarang dan telah direnovasi dalam bentuk resto bernuansa islami.⁴⁰

2. Struktur Organisasi

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Al-Fatih Fried Chicken



Sumber: Data primer diolah, 2020

B. Deskripsi Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah penikmat AFC Watampone. Berdasarkan kusioner yang telah disebar dapat diketahui identitas responden berdasarkan yang mengisi kusioner. Identitas responden dalam penelitian ini adalah dapat dilihat dari jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendidikan terakhir dan pendapatan per bulan.

⁴⁰Abdul Aziz, Pemilik Al-Fatih Fried Chicken, wawancara oleh penulis di Watampone, 17 Februari 2020.

1. Distribusi frekuensi responden menurut jenis kelamin

Gambaran tentang distribusi frekuensi responden menurut jenis kelaminnya dapat disajikan pada table 4.1 berikut:

Tabel 4.1

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1	Laki-Laki	40	32
2	Perempuan	85	68
Total		125	100

Sumber: Data primer diolah 2020

Dari tabel distribusi frekuensi reponden menurut jenis kelamin di atas, maka dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 40 orang dengan presentase sebesar 32% dan responden perempuan sebanyak 85 orang dengan presentase sebesar 68%. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibanding responden laki-laki.

2. Distribusi frekuensi responden menurut umur

Gambaran tentang distribusi frekuensi responden menurut umur dapat disajikan pada table 4.2 berikut:

Tabel 4.2**Distribusi Frekuensi Responden Menurut Umur**

No	Umur	Frekuensi	%
1	11-20 Tahun	37	30
2	21-30 Tahun	87	69
3	31-40 Tahun	1	1
Total		125	100

Sumber: Data primer diolah 2020

Dari tabel distribusi frekuensi responden menurut umur di atas, maka dapat diketahui bahwa umur interval 11-20 tahun sebanyak 37 orang dengan presentase sebesar 30%, kemudian interval umur 21-30 tahun sebanyak 87 orang dengan presentase sebesar 69%, sedangkan responden dengan interval umur 31-40 tahun sebanyak 1 orang dengan presentase sebesar 1% saja. Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui yang menjadi responden dalam penelitian ini paling banyak adalah responden dengan interval umur 21-30 tahun.

3. Distribusi frekuensi responden menurut pekerjaan

Gambaran tentang distribusi frekuensi responden menurut pekerjaan dapat disajikan pada table 4.3 berikut:

Tabel 4.3**Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	%
1	Dosen/Guru/Instruktur	4	3
2	Mahasiswa	108	86
3	Pelajar	1	1
4	Karyawan: Swasta/BUMN/BUMD	3	2
5	Petani	1	1
6	Wiraswasta/Pedagang	2	2
7	Tutor pkbm sipakatau	1	1
8	Belum Bekerja	5	4
Total		125	100

Sumber: Data primer diolah 2020

Dari tabel distribusi frekuensi reponden menurut pekerjaan di atas, dapat dilihat bahwa masing-masing responden memiliki pekerjaan yang berbeda-beda. Adapun penikmat AFC Watampone yang bekerja sbagai Dosen/Guru/Instruktur sebanyak 4 orang orang dengan presentase 3 %, kemudian yang masih mahasiswa sebanyak 108 orang dengan presentase 86%, selanjutnya yang bekerja sebagai karyawan swasta/BUMN/BUBD sebanyak 3 orang dengan presentase sebesar 2%, yang bekerja sebagai wiraswasta/pedagang sebanyak 2 orang dengan presentase 2%, kemudian yang belum berja sebanyak 5 orang dengan presentase 4%, sedangkan yang masih pelajar dan yang bekerja sebagai

petani serta tutor PKBM Sipakatau masing-masing sebanyak 1 orang dengan presentase sebesar 1%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui tingkat pendidikan terakhir yang menjadi responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah mahasiswa.

4. Distribusi frekuensi responden menurut pendidikan terakhir

Gambaran tentang distribusi frekuensi responden menurut pendidikan terakhir disajikan pada table 4.4 berikut:

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan terakhir	Frekuensi	%
1	SMA/MAN/SMK	93	74
2	Diploma: D.I/D.II/D.III/D.IV	4	3
3	Sarjana: S1/S2/S3	28	23
Total		125	100

Sumber: Data primer diolah 2020

Tabel distribusi frekuensi reponden menurut pendidikan terakhir di atas menunjukkan pendidikan terakhir responden yang berlatar belakang SMA/MAN/SMK sebanyak 93 orang dengan presentase sebesar 74%, kemudian dari diploma: D.I/D.II/D.II/D.IV sebanyak 4 orang dengan presentase sebesar 3% sedangkan responden dengan pendidikan terakhir sarjana: S1/S2/S3 sebanyak 28 orang dengan presentase sebesar 23%. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa tingkat pendidikan terakhir yang menjadi reponden dalam penelitian ini sebagian besar adalah SMA/MAN/SMK.

5. Distribusi frekuensi responden menurut pendapatan

Gambaran tentang distribusi frekuensi responden menurut pendapatan disajikan pada table 4.5 berikut:

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Responden Menurut Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	%
1	Belum berpenghasilan	47	38
2	Di bawah Rp 1 juta	65	52
3	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta	13	10
Total		125	100

Sumber: Data primer diolah 2020

Tabel distribusi frekuensi responden menurut pendapatan di atas menunjukkan bahwa jumlah responden yang belum berpenghasilan sebanyak 47 orang dengan presentase 38%, kemudian pendapatan di bawah Rp 1 juta sebanyak 65 orang dengan presentase 52%, sedangkan responden yang memiliki pendapatan Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta sebanyak 13 orang dengan presentase 10%. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah responden yang memiliki pendapatan per bulan di bawah Rp 1 juta.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel dimaksudkan untuk menguraikan distribusi frekuensi setiap variabel secara rinci berdasarkan hasil pengisian angket oleh responden sebanyak 125 orang. Adapun variabel penelitian ini yaitu kesan kualitas, tanggapan pelayanan dan keputusan pembelian. Berikut deskripsi setiap variabel penelitian yang disajikan dalam bentuk tabel.

1. Distribusi frekuensi variabel kesan kualitas (X1)

Gambaran tentang distribusi frekuensi variabel kesan kualitas (X1) dapat disajikan pada table 4.6 berikut:

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Variabel kesan kualitas (X1)

No	Skor	Kategori	Frekuensi	%
1	5	Sangat Setuju	413	18
2	4	Setuju	766	34
3	3	Ragu-Ragu	763	34
4	2	Tidak Setuju	218	10
5	1	Sangat Tidak Setuju	89	4
Total			2.250	100

Sumber : Data primer diolah 2020

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel kesan kualitas, responden yang memilih sangat setuju sebanyak 413 dengan presentase 18%,

sementara yang memilih setuju sebanyak 716 dengan presentase 34%, yang memilih ragu-ragu sebanyak 763 dengan presentase 34%, sedangkan yang memilih tidak setuju sebanyak 218 dengan presentase 10%, dan yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 89 dengan presentase 4%. Dengan demikian menunjukkan bahwa variabel kesan kualitas pada penelitian ini responden sebagian besar memilih pilihan setuju.

2. Distribusi frekuensi variabel tanggapan pelayanan (X2)

Gambaran tentang distribusi frekuensi variabel tanggapan pelayanan (X2) dapat disajikan pada table 4.7 berikut:

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Variabel Tanggapan Pelayanan (X2)

No	Skor	Kategori	Frekuensi	%
1	5	Sangat Setuju	290	13
2	4	Setuju	836	37
3	3	Ragu-Ragu	812	36
4	2	Tidak Setuju	226	10
5	1	Sangat Tidak Setuju	86	4
Total			2.250	100

Sumber : Data primer diolah 2020

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada tanggapan, responden yang memilih sangat setuju sebanyak 290 dengan presentase 13%, sementara yang memilih setuju sebanyak 836 dengan presentase 37%, yang memilih ragu-ragu sebanyak 812 dengan presentase 36%, sedangkan yang memilih tidak setuju sebanyak 226 dengan presentase 10%, dan yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 86 dengan presentase 4%. Dengan demikian menunjukkan bahwa pada variabel tanggapan pelayanan responden sebagian besar memilih setuju.

3. Distribusi frekuensi variable keputusan pembelian (Y)

Gambaran tentang distribusi frekuensi variabel keputusan pembelian (Y) dapat disajikan pada table 4.8 berikut:

Tabel 4.8

Distribusi Frekuensi Variabel keputusan pembelian (Y)

No	Skor	Kategori	Frekuensi	%
1	5	Sangat Setuju	380	17
2	4	Setuju	761	34
3	3	Ragu-Ragu	737	33
4	2	Tidak Setuju	231	10
5	1	Sangat Tidak Setuju	141	6

Total	2.250	100
-------	-------	-----

Sumber : Data primer diolah 2020

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada keputusan pembelian, responden yang memilih sangat setuju sebanyak 380 dengan presentase 17%, sementara yang memilih setuju sebanyak 761 dengan presentase 34%, yang memilih ragu-ragu sebanyak 737 dengan presentase 33%, sedangkan yang memilih tidak setuju sebanyak 231 dengan presentase 10%, dan yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 141 dengan presentase 6%. Dengan demikian menunjukkan bahwa pada variabel keputusan pembelian sebagian besar memilih setuju.

4. Distribusi frekuensi variable gabungan

Gambaran tentang distribusi frekuensi variabel gabungan dapat disajikan pada table 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Variabel Gabungan

No	Skor	Kategori	Frekuensi	%
1	5	Sangat Setuju	1.083	16
2	4	Setuju	2.363	35
3	3	Ragu-Ragu	2.312	34
4	2	Tidak Setuju	676	10
5	1	Sangat Tidak Setuju	316	5
Total			6.750	100

Sumber : Data primer diolah 2020

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pada variabel gabungan, responden yang memilih sangat setuju sebanyak 1.083 dengan presentase 16%, sementara yang memilih setuju sebanyak 2.363 dengan presentase 36%, yang memilih ragu-ragu sebanyak 2.312 dengan presentase 34%, sedangkan yang memilih tidak setuju sebanyak 637 dengan presentase 10%, dan yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 316 dengan presentase 5%. Dengan demikian menunjukkan bahwa pada variabel gabungan responden sebagian besar memilih setuju.

D. Hasil Penelitian

Program aplikasi yang digunakan yaitu Amos 24 dengan Teknik estimasi model adalah Maximum likelihood (ML) karena sampelnya yang digunakan sebanyak 125 (100-200) sampel.

1. Hasil Uji Exploratory Factor Analysis (EFA)

EFA adalah analisis yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan mencari beberapa indikator-indikator (konstruk) yang dinyatakan dapat menjadi faktor dari variabel yang diamati. Analisis EFA dengan memperhatikan nilai KMO dan signifikansi yang diperoleh dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 25 pada tabel KMO and Barlett's Test dan tabel Component Matrix. Nilai KMO untuk korelasi antar indikator yang diinginkan adalah $\geq 0,5$ dan tingkat signifikansi penelitian adalah $\leq 0,05$. Berikut hasil analisis EFA untuk setiap variabel penelitian adalah sebagai berikut:

a. Variabel Kesan Kualitas (KK):

Berdasarkan hasil uji EFA, indikator-indikator (konstruk) yang dinyatakan dapat menjadi faktor dari variabel kesan kualitas dapat disajikan pada tabel 4.11 di bawah ini:

- 1) Jika nilai KMO untuk korelasi antar indikator yang diinginkan adalah $\geq 0,5$ maka indikator-indikator (konstruk) dapat menjadi faktor dari variabel yang diamati.
- 2) Jika tingkat signifikansi penelitian adalah $\leq 0,05$ maka indikator-indikator (konstruk) dapat menjadi faktor dari variabel yang diamati.

Tabel 4.10**Uji EFA Variabel Kesan Kualitas**

Variabel	Component 1
KK1	,775
KK2	,708
KK3	,808
KK4	,873
KK5	,859
KK6	,883
KK7	,811
KK8	,805
KK9	,828

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dalam component matrix memiliki 1 component extracted yang berarti data tersebut layak uji.

b. Variabel Tanggapan Pelayanan (TP):

Berdasarkan hasil uji EFA, indikator-indikator (konstruk) yang dinyatakan dapat menjadi faktor dari variabel tanggapan pelayanan dapat disajikan pada tabel 4.12 di bawah ini:

- 1) Jika nilai KMO untuk korelasi antar indikator yang diinginkan adalah $\geq 0,5$ maka indikator-indikator (konstruk) dapat menjadi faktor dari variabel yang diamati.
- 2) Jika tingkat signifikansi penelitian adalah $\leq 0,05$ maka indikator-indikator (konstruk) dapat menjadi faktor dari variabel yang diamati.

Tabel 4.11
Uji EFA Variabel Tanggapan Pelayanan

Variabel	Component 1
TP1	,1856
TP2	,843
TP3	,906
TP4	,809
TP5	,836
TP6	,899
TP7	,920
TP8	,796
TP9	,853

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dalam component matrix memiliki 1 component extracted yang berarti data tersebut layak uji.

c. Variabel Keputusan Pembelian (KP):

Berdasarkan hasil uji EFA, indikator-indikator (konstruk) yang dinyatakan dapat menjadi faktor dari variabel keputusan pembelian dapat disajikan pada tabel 4.13 di bawah ini:

- 1) Jika nilai KMO untuk korelasi antar indikator yang diinginkan adalah $\geq 0,5$ maka indikator-indikator (konstruk) dapat menjadi faktor dari variabel yang diamati.
- 2) Jika tingkat signifikasi penelitian adalah $\leq 0,05$ maka indikator-indikator (konstruk) dapat menjadi faktor dari variabel yang diamati.

Tabel 4.12
Uji EFA Variabel Keputusan Pembelian

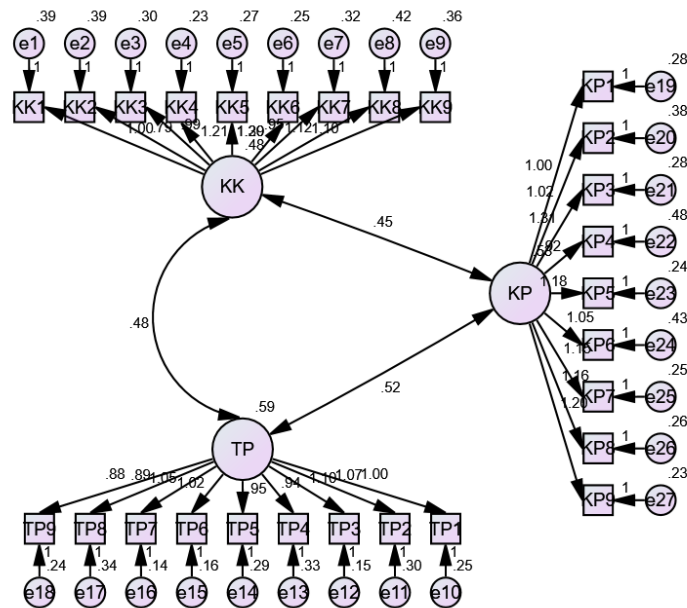
Variabel	Component 1
KP1	,829
KP2	,815
KP3	,876
KP4	,750
KP5	,878
KP6	,806
KP7	,870
KP8	,865
KP9	,886

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dalam component matrix memiliki 1 component extracted yang berarti data tersebut layak uji.

2. Hasil Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)

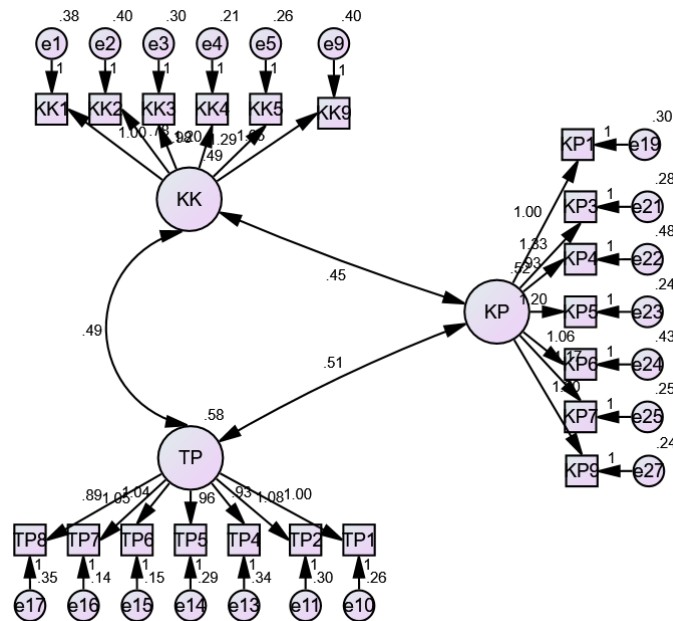
Confirmatory Factor Analysis CFA adalah analisis yang bertujuan untuk menguji indikator-indikator (konstruk) yang baik dalam mewakili sebuah factor. Indikator-indikator (konstruk) hasil uji EFA tersebut di atas, selanjutnya digunakan untuk uji CFA. Model uji CFA dapat disajikan seperti pada gambar 4.2 di bawah ini:

Gambar 4.2
Model Uji CFA



Hasil uji CFA dengan model tersebut di atas, dapat diasjikan model modifikasinya seperti pada gambar 4.3 di bawah ini:

Gambar 4.3
Model Modifikasi CFA



Hal-hal yang perlu dijelaskan dari hasil uji CFA tersebut di atas, yaitu:

a. Uji Goodness of Fit

Uji Goodness of Fit dapat disajikan hasilnya seperti pada table di bawah ini:

Tabel 4.13

Hasil Uji Goodness of Fit

No.	Indeks	Cut off Value	Hasil Analisis	Keterangan
1	Chi Square	≤ 198.154 (df=167, Taraf Sig 5%)	195.461	Baik

2	Probability	$\geq 0,05$	0,065	Baik
3	CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,170	Baik
4	GFI	$\geq 0,90$	0,866	Marginal
5	AGFI	$\geq 0,90$	0,832	Marginal
6	IFI	$\geq 0,90$	0,987	Baik
7	TLI	$\geq 0,90$	0,985	Baik
8	CFI	$\geq 0,90$	0,987	Baik
9	NFI	$\geq 0,90$	0,917	Baik
10	RMSEA	$\leq 0,08$	0,037	Baik

b. Uji Validitas Kontruk (Indikator)

Uji Validitas Kontruk (Indikator) mengukur apakah Kontruk (Indikator) mampu atau tidak merefleksikan variable latennya. Kriteriaanya, jika nilai Critiacl Ratio (CR) $\geq 1,96$ dengan Probabilitas (P) $\leq 0,05$ maka dapat dinyatakan signifikan. Tanda *** adalah signifikan $< 0,001$.

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas Konstruk

Konstruk	Estimate	S.E.	C.R.	P
KK1 <--- KK	1,000			

Konstruk	Estimate	S.E.	C.R.	P
KK2 <--- KK	,777	,105	7,422	***
KK3 <--- KK	,975	,108	9,050	***
KK4 <--- KK	1,205	,116	10,344	***
KK5 <--- KK	1,289	,126	10,250	***
KK9 <--- KK	1,053	.120	8,776	***
TP1 <--- TP	1,000			
TP2 <--- TP	1,081	,093	11,623	***
TP4 <--- TP	,934	,090	10,334	***
TP5 <--- TP	,962	,087	11,038	***
TP6 <--- TP	1,038	,078	13,221	***
TP7 <--- TP	1,054	,079	13,307	***
TP8 <--- TP	,886	,089	9,917	***
KP1 <--- KP	1,000			
KP3 <--- KP	1,327	,115	11,534	***
KP4 <--- KP	,930	,110	8,486	***
KP5 <--- KP	1,196	,105	11,442	***
KP6 <--- KP	1,062	,112	9,481	***
KP7 <--- KP	1,172	,104	11,280	***
KP9 <--- KP	1,201	,105	11,468	***

c. Uji Realibilitas Kontruk (Indikator)

Uji Realibilitas Kontruk (Indikator) mengukur keandalan dan konsistensi data. Kriterianya, jika nilainya $\geq 0,70$ maka dapat dinyatakan realibel.

Tabel 4.15

Hasil Uji Realibilitas Konstruk (Indikator)

Konstruk	SF
KK1 <--- KK	0,751
KK2 <--- KK	0,655
KK3 <--- KK	0,781
KK4 <--- KK	0,877
KK5 <--- KK	0,870
KK9 <--- KK	0,761
TP1 <--- TP	0,833
TP2 <--- TP	0,835
TP4 <--- TP	0,774
TP5 <--- TP	0,808
TP6 <--- TP	0,901
TP7 <--- TP	0,904
TP8 <--- TP	0,753
KP1 <--- KP	0,798
KP3 <--- KP	0,874
KP4 <--- KP	0,696

Konstruk	SF
KP5 <--- KP	0,869
KP6 <--- KP	0,758
KP7 <--- KP	0,860
KP9 <--- KP	0,870

Tabel 4.16.

Hasil Uji Realibilitas Konstruk (Indikator)

22.043	22.043	2.292	=	0.906	Baik
33.733	33.733	2.161	=	0.940	Baik
32.776	32.776	2.289	=	0.935	Baik

d. Uji Normalitas Data

Jika nilai “c.r.” dari nilai akumulasi semua faktor lebih kecil sama dengan (\leq) 25 maka datanya dapat dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 4.17

Hasil Uji Normalitas Data

Variable	Mi n	Ma x	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KP9	1	5	-0,578	-2,639	0,035	0,08
KP7	1	5	-0,694	-3,169	0,592	1,352
KP6	1	5	-0,298	-1,359	-0,38	-0,866

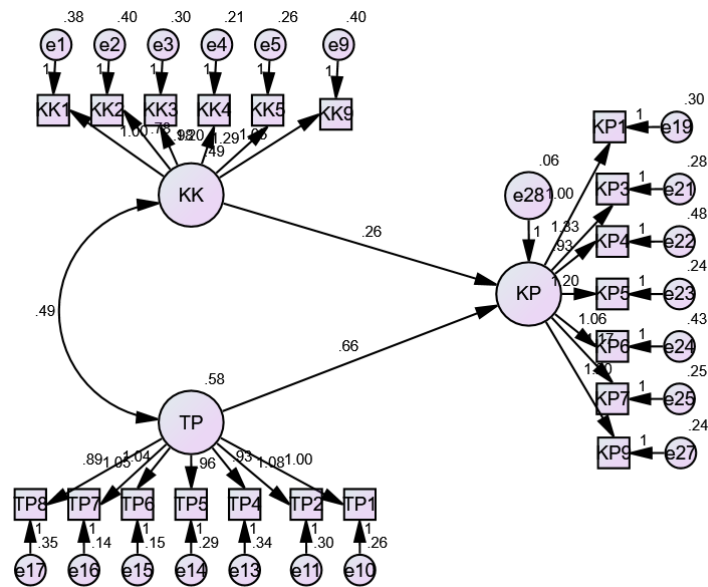
KP5	1	5	-0,64	-2,92	0,186	0,425
KP4	1	5	-0,229	-1,045	-0,094	-0,214
KP3	1	5	-0,912	-4,163	0,376	0,858
KP1	1	5	-0,724	-3,302	0,515	1,176
TP8	1	5	-0,189	-0,864	0,077	0,176
TP7	1	5	-0,449	-2,048	0,243	0,555
TP6	1	5	-0,571	-2,605	0,543	1,24
TP5	1	5	-0,348	-1,589	0,028	0,064
TP4	1	5	-0,432	-1,972	0,165	0,377
TP2	1	5	-0,615	-2,806	-0,022	-0,05
TP1	1	5	-0,454	-2,074	0,192	0,438
KK9	1	5	-0,479	-2,186	-0,085	-0,195
KK5	1	5	-0,642	-2,932	-0,113	-0,258
KK4	1	5	-0,486	-2,219	-0,018	-0,041
KK3	1	5	-0,677	-3,089	0,576	1,315
KK2	1	5	-0,108	-0,491	-0,15	-0,342
KK1	1	5	-0,358	-1,634	-0,464	-1,058
Multivariat e					84,073	15,843

3. Hasil Uji SEM

Hail uji SEM dapat dinyatakan signifikan apabila $\leq 0,05$. Dengan demikian, apabila nilai signifikansi variable eksogen terhadap endogen $\leq 0,05$

maka dinyatakan signifikan berpengaruh. Persamaan SEM dengan model Regresi dalam skripsi ini dapat disajikan seperti pada gambar 4.4 di bawah ini:

Gambar 4.4
Persamaan SEM



Hal-hal yang perlu dijelaskan dari hasil uji SEM tersebut di atas, yaitu:

a. Hasil Uji Hipotesis:

Hasil uji hipotesis dapat disajikan seperti table 4.18 di bawah ini:

Tabel 4.18
Hasil Uji Hipotesis

Variabel		Estimate	S.E.	C.R.	P	
KP	<---	KK	0,258	0,148	1,746	0,081
KP	<---	TP	0,663	0,145	4,574	***

KK = Variabel kesan kualitas berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian

TP = Variabel tanggapan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian

1) Besar Pengaruh variabel eksogen terhadap endogen:

Besar Pengaruhnya:

KK, $0,07 = 7\%$

TP, $0,44 = 44\%$

2) Korelasi antar variabel eksogen:

Korelasinya: $0,84 = 84\%$

4. Hasil Uji Hipotesis

KK = Variabel kesan kualitas berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian

TP = Variabel tanggapan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian

1) Besar Pengaruh variabel eksogen terhadap endogen:

a) Kesan kualitas terhadap keputusan pembelian sebesar $0,07 = 7\%$

b) Tanggapan pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar $0,44 = 44\%$

2) Korelasi antar variabel eksogen:

Korelasi variabel kesan kualitas terhadap tanggapan pelayanan sebesar 0,84 = 84%

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat berbelanja di AFC Watampone

a. Kesan Kualitas

Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel kesan kualitas diperoleh signifikansi sebesar $0,081 \geq 0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa kesan kualitas sebagai variabel eksogen berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sebagai variabel endogen dilihat dari tingkat pengaruh yang ditunjukkan sebesar 7%.

Dari uraian hasil penelitian di atas dapat dikatakan bahwa kesan kualitas tetap memberikan pengaruh, namun untuk besar pengaruh yang dihasilkan masih dalam taraf rendah yang diperoleh dari hasil sumbangsi indikator proses, tampilan, pelayanan, perbuatan dan ketaatan dari sembilan indikator yang ada. Kesan konsumen terkait kualitas pelayanan resto AFC Watampone berdasar pada proses yang mudah dan cepat dengan kualitas rasa yang enak, pada tampilan yang menarik dan unik, pada pelayanan yang fleksibel dan memuaskan, pada perbuatan yang ramah dan amanah, serta pada ketaatan yang patuh terhadap perintah dan melaksanakan kewajiban sebagai seorang Muslim. Semua hal tersebut menjadi faktor pendukung konsumen dalam melakukan pembelian pada resto AFC Watampone.

Hal ini didukung dengan teori Lewis dan Booms dalam Sarini Kodu yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan atau kesan kualitas merupakan tolak ukur ekspektasi konsumen mengenai suatu pelayanan.

Hasil penelitian ini didukung oleh Sarini Kodu pada tahun 2013 yang menyatakan bahwa kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi produk/jasa, pelanggan yang menilai tingkat kualitas layanan perusahaan.

b. Tanggapan Pelayanan

Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel tanggapan pelayanan diperoleh signifikansi *** ($< 0,01$), hal tersebut menunjukkan bahwa tanggapan pelayanan sebagai variabel eksogen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebagai variabel endogen dilihat dari tingkat pengaruh yang ditunjukkan sebesar 44%.

Hasil penelitian di atas dapat dikatakan tanggapan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menjadi pertimbangan utama bagi konsumen untuk melakukan pembelian yang diperoleh dari sumbangsi indikator yang dominan mempengaruhi yaitu kemudahan, kebutuhan, pelayanan, ketepatan, kepuasan, kemampuan dan bantuan. Tanggapan konsumen terkait pelayanan resto AFC Watampone berdasar pada kemudahan komunikasi yang fasih, pada pelayanan yang komplit sesuai keinginan konsumen, pada ketepatan dalam menanggapi secara luwes, pada kepuasan yang dirasakan sesuai dengan yang diinginkan, pada kemampuan

yang memadai sesuai dengan keterampilan yang dimiliki, serta pada bantuan yang siap ditawarkan kepada konsumen yang membutuhkan. Semua hal tersebut menjadi faktor yang mendukung konsumen dalam melakukan pembelian pada resto AFC Watampone.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Lukman bahwa pelayanan adalah suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan orang-orang atau mesin secara fisik dan menyediakan kemudahan dan kepuasan konsumen.

2. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan berbelanja konsumen resto AFC Watampone

Berdasarkan pembahasan di atas maka variabel tanggapan pelayanan lebih dominan dibandingkan dengan kesan kualitas dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen resto AFC Watampone dengan besar pengaruh 44%. Indikator yang dominan mempengaruhi yaitu kemudahan, kebutuhan, pelayanan, ketepatan, kepuasan, kemampuan dan membantu. Sesuai dengan konsep Siagian bahwa pelayanan memberikan rasa menyenangkan yang diberikan kepada konsumen disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.

3. Penetapan masyarakat sebagai konsumen tetap resto

Berdasarkan hasil uji SEM, diperoleh variabel yang paling dominan berpengaruh yaitu tanggapan pelayanan dengan menyisakan tujuh indikator antara lain kemudahan, kebutuhan, pelayanan, ketepatan, kepuasan, kemampuan dan membantu. Berdasarkan data responden maka dapat diketahui bahwa masyarakat yang menjadi konsumen resto adalah masyarakat umur interval 21-30 tahun

sebanyak 87 orang dengan presentase sebesar 69%, mahasiswa sebanyak 108 orang dengan presentase 86%, pendidikan terakhir berlatar belakang SMA/MAN/SMK sebanyak 93 orang dengan presentase sebesar 74%, dan masyarakat dengan pendapatan di bawah Rp 1 juta sebanyak 65 orang dengan presentase 52%. Hubungan antara penetapan konsumen dengan tanggapan pelayanan dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang ada di resto AFC Watampone adalah mahasiswa dengan rentang umur 21-30 tahun yang memberikan respon tanggapan terhadap resto dari aspek tempat, fasilitas, ketepatan penyajian, kemudahan pembayaran serta pelayanan karyawan. Hal tersebut didukung oleh keadaan konsumen dengan rentang umur sekian sudah memiliki kematangan psikologi terhadap sesuatu yang ada di sekitarnya serta ditunjang dengan latar belakang pendidikan yang memumpuni.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Variabel kesan kualitas sebagai variabel eksogen berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sebagai variabel endogen. Kesan kualitas tetap memberikan pengaruh, namun untuk besar pengaruh yang dihasilkan masih dalam taraf rendah yang berdasar pada hasil sumbangsi indikator proses, tampilan, pelayanan, perbuatan dan ketaatan dari sembilan indikator yang ada.

Variabel tanggapan pelayanan sebagai variabel eksogen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebagai variabel endogen. Tanggapan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang berdasar pada sumbangsi indikator kemudahan, kebutuhan, pelayanan, ketepatan, kepuasan, kemampuan dan bantuan.

Berdasarkan pembahasan di atas maka variabel tanggapan pelayanan lebih dominan dibandingkan dengan kesan kualitas dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen resto AFC Watampone. Indikator yang dominan mempengaruhi yaitu kemudahan, kebutuhan, pelayanan, ketepatan, kepuasan, kemampuan dan membantu. Sesuai dengan konsep Siagian bahwa pelayanan memberikan rasa menyenangkan yang diberikan kepada konsumen disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.

Penetapan target konsumen dengan tanggapan pelayanan dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang ada di resto AFC Watampone adalah mahasiswa

dengan rentang umur 21-30 tahun yang memberikan respon tanggapan terhadap resto dari aspek tempat, fasilitas, ketepatan penyajian, kemudahan pembayaran serta pelayanan karyawan. Hal tersebut didukung oleh keadaan konsumen dengan rentang umur sekian sudah memiliki kematangan psikologi terhadap sesuatu yang ada di sekitarnya serta ditunjang dengan latar belakang pendidikan yang memumpuni.

B. *Implikasi*

Penelitian ini menunjukkan konstruk ekonomi Islam dalam keputusan pembelian dan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen untuk melakukan pembelian. Tanggapan konsumen mengenai pelayanan menjadi hal yang dapat meningkatkan keputusan pembelian. Dengan demikian tanggapan pelayanan sangat menentukan dalam keputusan pembelian konsumen.

C. *Saran*

Berdasarkan kesimpulan penelitian terdapat saran dari peneliti yang nantinya dapat menjadi pertimbangan resto AFC Watampone dan penelitian selanjutnya agar menjadi lebih baik lagi, yaitu:

1. Bagi resto AFC Watampone

Dalam penetapan target konsumen, maka AFC Watampone sebaiknya lebih memperhatikan tanggapan pelayanan karena hal ini menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya meliputi variabel kesan kualitas, tanggapan pelayanan dan keputusan pembelian. Untuk itu, penelitian selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan dan mendalami hal-hal yang berkaitan dengan variabel-variabel tersebut, dan alangkah baiknya untuk menambah jumlah narasumber serta menambah variabel yang berkaitan dan variabel yang belum digunakan oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, Alfanda dan Febsri Susanti. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Parfum di Azzwars Parfum Lubeg Padang". 2018.
- Astuti, Sri Wahyuni dan I. Gede Cahyadi. "Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda". *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga (JEBA)| Journal of Economics and Business Airlangga* 17.2 (2007).
- Aziz, Abdul. *Pemilik Al-Fatih Fried Chicken*, wawancara oleh penulis di Watampone. 17 Februari 2020.
- Dessyana, Cindy Juwita. "Store atmosphere pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen di Texas Chicken Multimart II Manado". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol.1 No.3 Juni 2013.
- Dewi, Anita Kusuma. "Analisis Tanggapan Konsumen terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Hotel (Studi Kasus: Hotel Kartika Wisata Kopeng)". Skripsi 2008.
- Ghanimata, Fifyanita dan Mustafa Kamal. "Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)". Diss. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2012
- Kamus Bahasa Indonesia/Tim Penyusun Kamus Bahasa. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Kudo, Sarini. "Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol.1 No.3 September 2013.
- Mandey, Jilly Bernadette. "Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol.1 No.4 Desember 2013.
- Mardani. *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*. Ed. 1, Cet. 3; Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Marlius, Doni. "Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang". *Jurnal Pundi* Vol. 01, No. 01, Maret 2017.
- Nurdin, Nurdin dkk. "Potensi Industri Produk Makanan Halal Di Kota Palu". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.1 No. 1 Tahun 2019.

- Putra, Rizky Pratama, dan Sri Herianingrum. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya". *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 1.9 (2014).
- Rauf, Abdul Aziz Abdul. *Al-Qur'an Hafalan Mudah: Terjemahan dan Tajwid Warna*. Bandung: Cordoba, 2018.
- Risa, Hilza. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Batubata Di Kenagarian Aripankecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat Menurut Ekonomi Islam". Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2015.
- Salma, Fitria Solahika dan Ririn Tri Ratnasari. "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya". *JESTT* Vol. 2 No. 4 April 2015
- Sarjan. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Cet. 1; Jakarta Selatan; Yameka, 2009.
- Syaparuddin. *Ilmu Ekonomi Mikro Islam: Peduli Masalah vs Tidak Peduli Masalah*. Cet. I; Yogyakarta: TrustMedia Publishing, 2017.
- Ulinuha, Ahmad. "Pengaruh pelayanan dan citra pegadaian syari'ah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada Pegadaian Syari'ah cabang Majapahit Semarang". Diss. IAIN Walisongo, 2010.
- Ulus, Algrina Agnes. "Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada PT. Astra Internasional Manado". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol.1 No.4 Desember 2013.
- Wahyuni, Dewi Urip. "Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya BaraT." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 10.1 (2008): pp-30.
- Weenas, Jackson RS. "Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol.1 No.4 Desember 2013.
- Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*. Cet. 1; Bandung; CV PUSTAKA SETIA, 2013.
- Yuliarmi, Ni Nyoman dan Putu Riyasa. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Kota Denpasar". *BULETIN STUDI EKONOMI* Volume 12 Nomor 1 Tahun 2007.

LAMPIRAN- LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BONE**

Jln. Hos Cokroaminoto Watampone, Kab. Bone, Sul-Sel, 92733-Telepon: (0481) 21395 Fax: (0481) 21395

Nomor : B-0480/In.33/TL.01/2/2020

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada

Yth.Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Bone

Di-

Watampone

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa Mahasiswa Program Strata Satu Jurusan EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BONE :

Nama : AMIRULLAH
Tempat / Tanggal Lahir : PALOPO, 1997-06-02
NIM : 01163018
Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Bermaksud melakukan penelitian dalam penulisan skripsi dengan judul :

**"ANALISIS PENETAPAN TARGET KONSUMEN RESTO DENGAN PENDEKATAN EKONOMI SYARIAH (STUDI PADA
PENIKMAT AFC WATAMPONE)"**

Pembimbing : 1. DR. SYAPARUDDIN, S.Ag., M.S.I.
2. Dr. Kamiruddin, S.E.Sy., M.E
Waktu Penelitian : 17-02-2020 S/D 17-03-2020
Tempat Penelitian : AFC WATAMPONE

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mengharapkan kebijaksanaannya memberikan izin kepada Mahasiswa yang bersangkutan.

Watampone, 13 Februari 2020

A.n. Rektor,
Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan
Lembaga

Dr. NURSIRWAN, S.AG., M.PD.
NIP. 197205261998021001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN Bone
2. Ketua Program Studi EKONOMI SYARIAH IAIN Bone
3. Kepala Subbagian Administrasi Akademik IAIN Bone
4. Pembimbing 1 dan 2
5. Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN BONE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jenderal Ahmad Yani No. 3 Watampone Telp. (0481) 25056

IZIN PENELITIAN

Nomor: 070/12.177/III/IP/DPMP/TSP/2020

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan Teknologi;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;

Dengan ini memberikan Izin Penelitian Kepada :

N a m a : **AMIRULLAH**
NIP/Nim/Nomor Pokok : 01163018
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Apala
Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Bone

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka Penulisan Skripsi dengan Judul :

“ ANALISIS PENETAPAN TARGET KONSUMEN RESTO DENGAN PENDEKATAN EKONOMI SYARIAH (Studi pada Penikmat AFC Watampone)”

Lamanya Penelitian : 18 Februari 2020 s/d 18 Agustus 2020

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Pemilik Usaha AFC Watampone Kabupaten Bone.
2. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar Foto Copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bone.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut diatas.

Demikian Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Watampone, 18 Februari 2020



Drs. MUHAMMAD AKBAR, MM

Pangkat : Pembina Utama Muda
NIP. 19660717 198603 1 009

Tembusan Kepada Yth.:

1. Bupati Bone di Watampone.
2. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kab. Bone di Watampone.
3. Pemilik Usaha AFC Watampone Kab. Bone di Watampone.
4. Arcip.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Berdasarkan surat izin penelitian dari Rektor IAIN Bone Nomor: B-483/FEBI.1/PP.009/XI/2019.

Maka yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : H. Abdul Aziz Abdullah

Jabatan : Owner Cafe dan Resto

Dengan ini menyatakan:

Nama : Amirullah


Nim : 01163018

Prodi : Ekonomi Syariah

Bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan penelitian/pengambilan data di Cafe dan Resto Al. FatihFried Chicken dalam rangka penyusunan tugas akhir/skripsi dengan judul: **“ANALISIS PENETAPAN TARGET KONSUMEN RESTO DENGAN PENDEKAN EKONOMI SYARIAH (Studi pada Penikmat AFC Watampone)”**.

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Watampone, 17 Februari 2020


H. Abdul Aziz Abdullah
Owner Cafe dan Resto

LAMPIRAN 1
KISI-KISI OPERASIONALISASI PENELITIAN

Variabel Kesan Kualitas

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Prediktor	Ukuran	Item
Kesan Kualitas	Rizky Pratama Putra dan Sri Herianingrum	Penyajian	Proses	Pelaksanaan	Mudah dan cepat dalam pemesanan	Apakah anda merasa mudah dan cepat dalam pemesanan di Resto AFC Watampone?
				Hasil	Rasanya sangat enak	Apakah anda merasa bahwa makanan di Resto AFC rasanya sangat enak?
			Tampilan	Tata letak	Penataan makanan tampil menarik	Apakah penataan makanan tampil menarik?
				Bentuk	Penataan resto sangat unik	Apakah penataan Resto AFC sangat unik dibanding resto yang lain?
			Pelayanan	Interaksi	Mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian	Apakah pegawai Resto AFC dapat mempengaruhi minat anda dalam melakukan pembelian?
				Kepuasan	Merasa puas dengan fasilitas dan	Apakah anda merasa puas dengan fasilitas dan makanan

					makanan yang disediakan	yang disediakan Resto AFC ?
		Nilai Moral	Perbuatan	Tingkah laku	Selalu ramah	Apakah pegawai Resto AFC selalu ramah kepada anda?
				Tindakan	Berbuat sesuai dengan apa yang diucapkan	Apakah pegawai Resto AFC berbuat sesuai dengan apa yang diucapkan?
			Perkataan	Ucapan	Mudah untuk dimengerti	Apakah anda mudah untuk mengerti dengan penyampaian dari pegawai Resto AFC Watampone?
				Intonasi	Jelas untuk didengar	Apakah perkataan dari pegawai Resto AFC jelas untuk anda dengar?
			Motivasi	Keinginan	Ingin untuk melakukan pembelian kembali	Apakah anda merasa ingin untuk melakukan pembelian kembali?
				Dorongan	Dorongan untuk melakukan pembelian kembali	Apakah anda merasa adanya dorongan untuk melakukan pembelian kembali?
		Kepatuhan	Aturan	Petunjuk	Memiliki papan	Apakah Resto AFC memiliki

				informasi	papan informasi?
			Perintah	Melaksanakan permintaan dari konsumen	Apakah pegawai Resto AFC selalu melaksanakan permintaan anda?
		Disiplin	Tepat waktu	Melaksanakan sholat tepat waktu	Apakah pegawai Resto AFC selalu melaksanakan sholat tepat waktu?
			Bertanggung jawab	Bertanggung jawab jika berbuat salah	Apakah pegawai Resto AFC selalu bertanggung jawab jika berbuat salah?
		Taat	Patuh	Menurut pada aturan yang ditetapkan oleh pimpinan	Apakah pegawai Resto AFC selalu menurut pada aturan yang ditetapkan oleh pimpinan?
			Tunduk	Melaksanakan kewajiban sholat 5 waktu	Apakah pegawai Resto AFC Melaksanakan kewajiban sholat 5 waktu?

Variabel Tanggapan Pelayanan

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Prediktor	Ukuran	Item
Tanggapan	Anita Kusuma	Empati	Kemudahan	Mudah	Mudah dalam melakukan	Apakah anda merasa mudah dalam melakukan

Pelayanan	Dewi				komunikasi	komunikasi dengan pegawai Resto AFC Watampone?
				Lancar	Fasih dalam melayani	Apakah pegawai Resto AFC fasih dalam melayani anda?
			Kebutuhan	Kenyamanan	Merasa nyaman dengan penataan tempat dan suasana	Apakah anda merasa nyaman dengan penataan tempat dan suasana di Resto AFC Watampone?
				Kepuasan	Layanan memuaskan dan ingin melakukan pembelian kembali	Apakah layanan di Resto AFC memuaskan anda dan ingin melakukan pembelian kembali?
			Komunikasi	Bahasa	Cara penyampaian dan bahasa yang digunakan mudah dipahami	Apakah cara penyampaian dan bahasa yang digunakan Pegawai Resto AFC mudah anda pahami?
				Sikap	Berprilaku sopan sesuai norma adat dan agama	Apakah pegawai Resto AFC selalu berkata dan berprilaku sopan sesuai norma adat dan agama kepada anda?

		Keandalan	Pelayanan	Menyediakan	Selalu tersedia tissue, tusuk gigi dan lainnya di atas meja	Apakah Resto AFC selalu menyediakan tissue, tusuk gigi dan lainnya di atas meja untuk keperluan anda?
				Melayani	Mampu melayani setiap keinginan konsumen	Apakah Resto AFC mampu melayani setiap keinginan anda?
			Ketepatan	Mengarahkan	Mampu membantu konsumen untuk menetapkan pilihan yang diinginkan	Apakah pegawai Resto AFC mampu membantu anda untuk menetapkan pilihan yang diinginkan?
				Mengendalikan	Mampu mengendalikan suasana agar tidak canggung	Apakah Pegawai Resto AFC mampu mengendalikan suasana agar tidak canggung kepada anda?
			Kepuasan	Perasaan	Merasa senang dengan layanan yang ada	Apakah anda merasa senang dengan layanan yang ada di Resto AFC Watampone?
				Harapan	Sesuai dengan apa yang diinginkan	Apakah yang anda dapatkan di Resto AFC sesuai dengan apa yang diinginkan?

		Ketanggapan	Kemampuan	Kapasitas	Wawasan Pegawai sangat memadai sesuai bidangnya masing-masing	Apakah wawasan Pegawai Resto AFC sangat memadai sesuai bidangnya masing-masing?
				Keterampilan	Mengerjakan tugas dengan terampil	Apakah Pegawai AFC mengerjakan tugasnya dengan terampil?
			Bantuan	Memberi	Selalu menawarkan bantuan kepada konsumen	Apakah Pegawai Resto AFC selalu menawarkan bantuan kepada anda?
				Menolong	Memberikan bantuan kepada konsumen yang membutuhkan	Apakah Pegawai Resto AFC selalu memberikan bantuan kepada anda jika dibutuhkan?
			Tanggap	Refleks	Cepat tanggap terhadap kendala yang dihadapi	Apakah Pegawai Resto AFC cepat tanggap terhadap kendala anda?
				Respon	Cepat tanggap dalam menemukan dan menyelesaikan kendala yang	Apakah Pegawai Resto AFC cepat tanggap dalam menemukan dan menyelesaikan kendala anda hadapi?

					dihadapi	
--	--	--	--	--	----------	--

Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Prediktor	Ukuran	Item
Keputusan Pembelian	Hilza Risa	Pengetahuan	Informasi	Fakta	Sesuai dengan apa yang ada	Apakah informasi yang anda dapatkan tentang Resto AFC sesuai dengan apa yang ada?
				Penerima	Mendapat informasi	Apakah anda pernah mendapat informasi tentang Resto AFC
			Pemahaman	Tahu	Mengetahui	Apakah anda mengetahui tentang Resto AFC Watampone?
				Ingat	Mengingat	Apakah anda selalu mengingat Resto AFC ketika sedang lapar?
			Potensi	Kemampuan	Dapat menilai produk	Apakah anda dapat menilai produk dan jasa yang ditawarkan oleh Resto AFC Watampone?
				Pengembangan	Dapat berkembang menjadi lebih baik	Menurut anda, apakah Resto AFC Watampone dapat berkembang menjadi lebih baik lagi?

		Mengevaluasi	Data	Pengamatan	Mencari informasi	Apakah anda selalu mencari informasi tentang Resto AFC Watampone?
				Kebenaran	Informasi yang didapatkan sesuai dengan apa yang ada	Apakah informasi yang anda dapatkan sesuai dengan apa yang ada di Resto AFC Watampone?
			Nilai	Petunjuk	Dapat menunjukkan lokasi	Apakah ada petunjuk yang dapat menunjukkan lokasi Resto AFC Watampone?
				Baik	Memberikan layanan terbaik	Apakah pegawai Resto memberikan layanan terbaik dalam melayani anda?
			Pengambilan keputusan	Memilih	Menentukan pilihan	Apakah anda selalu memilih pilihan Resto AFC Watampone sebagai tempat makan?
				Pemecahan masalah	Menetapkan solusi	Apakah Resto AFC Watampone selalu anda tetapkan sebagai solusi Resto pilihan?
			Perilaku	Respon	Tingkah laku	Selalu berbuat sopan

					sopan kepada anda?
			Tanggapan	Cepat tanggap terhadap permasalahan yang dialami konsumen	Apakah pegawai Resto AFC Watampone cepat tanggap terhadap permasalahan yang anda alami
		Stimulus	Kelakuan	Berlandaskan pada nilai-nilai Islam	Apakah kelakuan pegawai Resto AFC Watampone selalu berlandaskan pada nilai-nilai Islam?
			Mempengaruhi	Berdampak pada keputusan pembelian	Apakah pelayanan di Resto AFC Watampone berdampak pada keputusan pembelian anda?
		Tindakan	Perbuatan	Selalu menghindari perilaku tercela	Apakah pegawai Resto AFC Watampone selalu menghindari perilaku tercela?
			Tujuan	Memiliki tujuan pembelian	Apakah anda memiliki tujuan pembelian?

LAMPIRAN 2**KUSIONER****SURAT PENGANTAR ANGKET PENELITIAN**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Keluarga Muslim

Di

Tempat

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi), dalam bidang kajian Ekonomi Islam pada Program Sarjana (S1) IAIN Bone, yang berjudul: "ANALISIS PENETAPAN TARGET KONSUMEN RESTO DENGAN PENDEKATAN EKONOMI SYARIAH (Studi pada Penikmat AFC Watampone)", saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan sedikit waktunya guna mengisi angket (daftar pertanyaan) penelitian yang saya sertakan berikut ini.

Angket ini bertujuan untuk kepentingan ilmiah dan tidak ada hubungannya dengan status dan kedudukan Bapak/Ibu. Oleh karena itu, informasi dan jawaban yang Bapak/Ibu berikan secara jujur dan obyektif adalah merupakan bantuan yang tak ternilai harganya dan sangat besar manfaatnya bagi kelancaran dan kualitas penelitian ini.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi angket ini saya ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Watampone,2020

Hormat Saya,

AMIRULLAH

ANGKET PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk Pengisian :

Isilah identitas responden di bawah ini pada tempat yang telah disediakan dan berikanlah tanda *checklist* (✓) pada pilihan Bapak/Ibu yang sesuai. Identitas Bapak/Ibu akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti. Angket penelitian ini hanya untuk kepentingan akademik saja dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi peneliti.

1. Nama :(jika keberatan boleh tidak diisi)
2. Umur :
3. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Alamat tempat tinggal :
5. Kota/Kabupaten :
6. Pekerjaan)* *Tandai yang sesuai* :

	Dosen/Guru/Instruktur)*
	PNS/TNI/POLRI)*
	Karyawan: Swasta/BUMN/BUMD)*
	Wiraswasta/Pedagang)*
	Mahasiswa*
	Profesi Khusus: Dokter/Pengacara/Notaris/Akuntan/Apoteker/ dll (<i>sebutkan</i>):.....)*
	Lainnya (<i>sebutkan</i>):
7. Pendidikan terakhir)* *Tandai yang sesuai* :

	SD/MI)*
	SMP/MTs)*
	SMA/MAN/SMK)*

<input type="checkbox"/>	Diploma: D.I/D.II/D.III/D.IV)*
<input type="checkbox"/>	Sarjana: S1/S2/S3)*
<input type="checkbox"/>	Lainnya (<i>sebutkan</i>):

8. Pendapatan/bulan :

<input type="checkbox"/>	Di bawah Rp 1 juta	<input type="checkbox"/>	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
<input type="checkbox"/>	Di atas Rp 5 juta s.d. Rp 10 juta	<input type="checkbox"/>	Di atas Rp 10 juta

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BAPAK/IBU BERBELANJA
DI RESTO AFC WATAMPONE**

Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda *checklist* (✓) pada setiap kolom dari setiap pernyataan di bawah ini sesuai dengan pilihan Bapak/Ibu. Jika pernyataan-pernyataan di bawah ini dirasa sangat tidak setuju berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom skor 0 (nol) sedangkan jika dirasa sangat setuju berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom skor 10 (sepuluh), atau pada kolom skor antara 0 sampai 10 yang dirasa mewakili, misalnya pada kolom skor 8 atau 9 atau 3 atau pada kolom skor lainnya.

NO	PERTANYAAN	SS	S	RG	TS	STS
	Kesan Kualitas					
1	Apakah anda merasa mudah dan cepat dalam pemesanan di Resto AFC Watampone?					
2	Apakah anda merasa bahwa makanan di Resto AFC rasanya sangat enak?					
3	Apakah penataan makanan tampil menarik?					
4	Apakah penataan Resto AFC sangat unik dibanding resto yang lain?					
5	Apakah pegawai Resto AFC dapat mempengaruhi minat anda dalam melakukan pembelian?					
6	Apakah anda merasa puas dengan fasilitas dan makanan yang disediakan Resto AFC ?					

7	Apakah pegawai Resto AFC selalu ramah kepada anda?					
8	Apakah pegawai Resto AFC berbuat sesuai dengan apa yang diucapkan?					
9	Apakah anda mudah untuk mengerti dengan penyampaian dari pegawai Resto AFC Watampone?					
10	Apakah perkataan dari pegawai Resto AFC jelas untuk anda dengar?					
11	Apakah anda merasa ingin untuk melakukan pembelian kembali?					
12	Apakah anda merasa adanya dorongan untuk melakukan pembelian kembali?					
13	Apakah Resto AFC memiliki papan informasi?					
14	Apakah pegawai Resto AFC selalu melaksanakan permintaan anda?					
15	Apakah pegawai Resto AFC selalu melaksanakan sholat tepat waktu?					
16	Apakah pegawai Resto AFC selalu bertanggung jawab jika besrbuat salah?					
17	Apakah pegawai Resto AFC selalu menurut pada aturan yang ditetapkan oleh pimpinan?					
18	Apakah pegawai Resto AFC Melaksanakan kewajiban sholat 5 waktu?					
	Tanggapan Pelayanan					
19	Apakah anda merasa mudah dalam melakukan komunikasi dengan					

	pegawai Resto AFC Watampone?					
20	Apakah pegawai Resto AFC fasih dalam melayani anda?					
21	Apakah anda merasa nyaman dengan penataan tempat dan suasana di Resto AFC Watampone?					
22	Apakah layanan di Resto AFC memuaskan anda dan ingin melakukan pembelian kembali?					
23	Apakah cara penyampaian dan bahasa yang digunakan Pegawai Resto AFC mudah anda pahami?					
24	Apakah pegawai Resto AFC selalu berkata dan berperilaku sopan sesuai norma adat dan agama kepada anda?					
25	Apakah Resto AFC selalu menyediakan tissue, tusuk gigi dan lainnya di atas meja untuk keperluan anda?					
26	Apakah Resto AFC mampu melayani setiap keinginan anda?					
27	Apakah pegawai Resto AFC mampu membantu anda untuk menetapkan pilihan yang diinginkan?					
28	Apakah Pegawai Resto AFC mampu mengendalikan suasana agar tidak canggung kepada anda?					
29	Apakah anda merasa senang dengan layanan yang ada di Resto AFC Watampone?					
30	Apakah yang anda dapatkan di Resto AFC sesuai dengan apa yang					

	diinginkan?					
31	Apakah wawasan Pegawai Resto AFC sangat memadai sesuai bidangnya masing-masing?					
32	Apakah Pegawai AFC mengerjakan tugasnya dengan terampil?					
33	Apakah Pegawai Resto AFC selalu menawarkan bantuan kepada anda?					
34	Apakah Pegawai Resto AFC selalu memberikan bantuan kepada anda jika dibutuhkan?					
35	Apakah Pegawai Resto AFC cepat tanggap terhadap kendala anda?					
36	Apakah Pegawai Resto AFC cepat tanggap dalam menemukan dan menyelesaikan kendala anda hadapi?					
Keputusan Pembelian						
37	Apakah informasi yang anda dapatkan tentang Resto AFC sesuai dengan apa yang ada?					
38	Apakah anda pernah mendapat informasi tentang Resto AFC					
39	Apakah anda mengetahui tentang Resto AFC Watampone?					
40	Apakah anda selalu mengingat Resto AFC ketika sedang lapar?					
41	Apakah anda dapat menilai produk dan jasa yang ditawarkan oleh Resto AFC Watampone?					
42	Menurut anda, apakah Resto AFC Watampone dapat berkembang					

	menjadi lebih baik lagi?					
43	Apakah anda selalu mencari informasi tentang Resto AFC Watampone?					
44	Apakah informasi yang anda dapatkan sesuai dengan apa yang ada di Resto AFC Watampone?					
45	Apakah ada petunjuk yang dapat menunjukkan lokasi Resto AFC Watampone?					
46	Apakah pegawai Resto memberikan layanan terbaik dalam melayani anda?					
47	Apakah anda selalu memilih pilihan Resto AFC Watampone sebagai tempat makan?					
48	Apakah Resto AFC Watampone selalu anda tetapkan sebagai solusi Resto pilihan?					
49	Apakah pegawai Resto AFC Watampone selalu berbuat sopan kepada anda?					
50	Apakah pegawai Resto AFC Watampone cepat tanggap terhadap permasalahan yang anda alami					
51	Apakah kelakuan pegawai Resto AFC Watampone selalu berlandaskan pada nilai-nilai Islam?					
52	Apakah pelayanan di Resto AFC Watampone berdampak pada keputusan pembelian anda?					
53	Apakah pegawai Resto AFC Watampone selalu menghindari perilaku tercela?					

54	Apakah anda memiliki tujuan pembelian?					
----	--	--	--	--	--	--

Terima kasih atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi angket ini, semoga Allah swt. membalas kebaikan Bapak/Ibu. *Amin, Ya Rabbal 'Alamin.*

Watampone,2020

Responden,

(.....)

LAMPIRAN 3
IDENTITAS RESPONDEN

No	Nama	Umu r	Jenis kelamin	Alamat tempat tinggal	Kota	Pekerjaan	Pendidikan terakhir	Pendapatan/ bulan
1	Risnawati	22	Perempuan	Jl jend sudirman	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
2	Syahira	22	Perempuan	Desa Samaelo Kec. Barebbo	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
3	Itakikafauzia h	18	Perempuan	Jln. Yossudarso	Kab. Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
4	Karmila Erina Oktavia	22	Perempuan	Paroto Desa Samaelo Kec. Barebbo	Bone	Tdk Bekerja	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
5	Muh.idris	28	Laki-lakii	Kel.maroanging	Bone	Karyawan: Swasta/BUMN /BUMD	SMA/MAN/SMK	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
6	Asriyanti	23	Perempuan	Jln Lapawawoi Kr Sigeri	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
7	Riska prasasti	20	Perempuan	Jln. Jend ahmad yani	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
8	Hasniar	21	Perempuan	Laju	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
9	Asni Ramadani	22	Perempuan	Pajekko Desa Samaelo	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
10	Muhammad Akbar	22	Laki-lakii	Sibulue	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta

11	Rika Ashari	21	Perempuan	Kajang,	Bulu kum ba	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum bekerja
12	Fitriani	29	Perempuan	Desa Melle	Bone	Wiraswasta/P edagang	Sarjana: S1/S2/S3	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
13	Nurfitriana	22	Perempuan	Jl. Bhayangkara	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
14	MARDIANA	22	Perempuan	Indolimbang	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
15	Wahyudi	22	Laki-lakii	Desa parippung	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
16	ROSNAENI, S.Pd	24	Perempuan	AJANGPULU	BON E	Dosen/Guru/I nstruktur	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
17	Alias T. S.E	25	Laki-lakii	Jampu desa Poleonro	Bone	Dosen/Guru/I nstruktur	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
18	Fakta Fals	23	Laki-lakii	Desa Seberang	Bone	Belum bekerja	Sarjana: S1/S2/S3	Belum berpenghasila n
19	Nur Asyidah	20	Perempuan	Talungeng	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
20	AYU LUKMANA	20	Perempuan	Mare	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
21	HANATUO	22	Perempuan	USA	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	-
22	Sabri	22	Laki-lakii	Maroanging desa cani sirenreng	Kab+ upat en bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
23	Hendra Gunawan	20	Laki-lakii	Jalan yos sudarso	Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta

24	Harni	20	Perempuan	Parippung kec. Barebbo	Bone	Mahasiswa	Diploma: D.I/D.II/D.III/D.IV	Di bawah Rp 1 juta
25	Ferdy syah	19	Laki-lakii	Jalan sungai citarum	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
26	A.Syarif Saputra	23	Laki-lakii	Corawali	bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	tidak memiliki pendapatan
27	IDARA DERI	21	Perempuan	Awangpone, paccing	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
28	sitti	21	Perempuan	Bajoe	Bone	Mahasiswa	Diploma: D.I/D.II/D.III/D.IV	Tidak ada
29	karmansyah	20	Laki-lakii	Kading kec. Barebbo Jln. poros bajoe	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
30	Yulviana filpa	20	Perempuan	Jl pisang lama	Wata mpo ne	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Masih dibiaya orang tua
31	Muhammad jaelani	22	Laki-lakii	Jln HOS Cokroaminoto	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
32	ANDIKA	23	Laki-lakii	Kec. Amali	Kab. Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
33	Hasbi	20	Laki-lakii	Talungeng	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Tidak ada
34	A.adhe anggara	23	Laki-lakii	Mare	Bone		Sarjana: S1/S2/S3	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
35	ADFIANA HERAWATI	22	Perempuan	Jln. Dr. Wahidin Sudirohusodo	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Tidak ada
36	Muchlis Ade putra	25	Laki-lakii	Dusun bontosiring	Maros	Petani	SMA/MAN/SMK	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
37	Alexandra	19	Perempuan	Jl.Husein Jaddawi	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
38	ANDI	19	Laki-lakii	Patimpeng	BON	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum ada

	ISLAMIAH				E			
39	Nurul Isma Ishak	22	Perempuan	Desa Apala Kec. Barebbo	Bone		Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
40	A Rahmah Widhayanti	22	Perempuan	Jalan Durian	Bulukumba	Mahasiswa	Diploma: D.I/D.II/D.III/D.IV	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
41	FITRIANA	22	Perempuan	DESA KADING KECAMATAN AWANGPONE	BONE	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
42	ADRI ADELINI	21	Perempuan	Mt.haryono	Kab. bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
43	Mia selviana	22	Perempuan	Desa parippung	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Blm bekerja
44	Nur syahira	19	Perempuan	Tacipi kec. Ulaweng	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
45	Rita Rahmi	21	Perempuan	Kel. Apala kec. Barebbo	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
46	Haslinda	22	Perempuan	Taccipi	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
47	Andi Zulhulaifah Suradi	22	Perempuan	Jl A. Gappa Lr 1 No. 5	Watampone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
48	Darmiati	23	Perempuan	Jln wajo	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum ada pendapatan
49	Wahyudi sukarmawan	23	Laki-lakii	Desa bolli kecamatan ponre	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	-
50	A. Ika Fahraka	40	Perempuan	Jl bali no 32 Watampone	Kabupaten Bone	Dosen/Guru/Instruktur	Sarjana: S1/S2/S3	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta

51	Novianti	20	Perempuan	Kawerang	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Tidak memiliki pendapatan
52	Sari Utami	30	Perempuan	Jln. Urip Sumoharjo	Sulawesi Selatan	Dosen/Guru/Instruktur	Sarjana: S1/S2/S3	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
53	HARNIS	24	Perempuan	Pallete	Watapone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
54	cindy alfira	18	Perempuan	Apala	bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	tidak ada
55	Ita Novita	22	Perempuan	Wellalange	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
56	M. Aswan	21	Laki-lakii	Pappolo	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	tidak ada
57	Dedi Mardianto	22	Laki-lakii	Kel.Mampotu	Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
58	Irma	21	Perempuan	Desa Tirong Kec. Palakka	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum berpenghasilan
59	ARNA MARLINA	21	Perempuan	WOLLANGI	BONE	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
60	Zulhulaefah	20	Perempuan	Pallete	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
61	Aswar	26	Laki-lakii	Jl cempalagi	Bone	Wiraswasta/Pedagang	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
62	Miswadi	21	Laki-lakii	Jln. Hos Cokroaminoto	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum berpenghasilan
63	Harnika	20	Perempuan	Panyula	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum ada

64	Ambo Tuo	25	Laki-lakii	Kampubbu	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
65	Amrah Ainunnisaa	22	Perempuan	Jl jendral sudirman	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
66	Nely faradilla	19	Perempuan	Kec. Cina	Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
67	Sri Rahma yani	19	Perempuan	Ajangpulu	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
68	EKA FITRIANI	19	Perempuan	PATIRONGE	BONE	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
69	Nur ananda jumriani	21	Perempuan	Arasoe	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
70	Sitti sarmila	19	Perempuan	Jl lapatau	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Dibawah Rp 100.000
71	Irma	20	Perempuan	Majang	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
72	Nona manis dari bone	19	Perempuan	Desa samaenre	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Tdk. Ada
73	Fahaama Ar Rais	20	Laki-lakii	Kelurahan padaelo kecamatan mare	Watampone/kabupaten bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Tidak ada
74	Muh.safar arif	20	Laki-lakii	Mare	bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	1000000
75	Novita Sari Azmi	22	Perempuan	Kel.apala	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	TDk ada
76	Sulhaefa	22	Perempuan	Desa Kampuno	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum

								Berpenghasilan
77	Jumarni	22	Perempuan	Desa Sijelling	Bone	Tutor pkbm sipakatau	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
78	MUH. AFIF MA'RUF	22	Laki-lakii	Jl. Hos cokroaminoto	Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
79	Ayuka	22	Perempuan	Jln. Dr. Wahidin	Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
80	Asri Ayu Sri Devi Yanti S	21	Perempuan	Jl. Yos Sudarso	Bone	-	Sarjana: S1/S2/S3	-
81	FITRIANI	23	Perempuan	Taccipi	Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
82	Muhammad Rifaat	22	Laki-lakii	Desa lappo ase kec. Awangpone	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
83	Syam	22	Laki-lakii	Jalan. Dr. Wahidin. S.H	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
84	Virda	21	Perempuan	Btn tirong	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
85	Nur Anna Rahim	20	Perempuan	Jln a.muh yusuf	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Tidak ada
86	Sartika	21	Perempuan	Jl. Abu dg. Pasolong	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
87	ANTI	21	Perempuan	Panyula	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum ada.
88	Andi Marlina Hasmap	21	Perempuan	Pappolo	Watampone/Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Tidak tetap
89	Nurpasila	23	Perempuan	Soga Desa Kanco Kec.Cina	Kab. Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Belum bekerja

90	Lina Ningsi	23	Perempuan	Jl. S. Brantas	Bone	.	Sarjana: S1/S2/S3	.
91	Susi Israwati	19	Perempuan	Kec.Kajuara	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
92	amel	23	Perempuan	jl n langsung	bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	msh d tanggung orgtua
93	Astria Puspita Sari	22	Perempuan	Taccipi	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum ada
94	Syarmawati Ali	20	Perempuan	Jl.a.malla	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	tidak ada
95	Riris Risnawati	20	Perempuan	USA Kec. Palakka	Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Belum Bekerja
96	Hasri Ainun Anshar	20	Perempuan	Jln sungai saddang	Kab Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
97	Surya isdayanti	22	Perempuan	Cina	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
98	Jumriana	21	Perempuan	Btn tibojong	BON E	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	-
99	Rezki Ananda	21	Perempuan	Btn Menara Biru	Bone	Mahasiswa	Diploma: D.I/D.II/D.III/D.IV	Tidak ada
100	HARGIANTO	21	Laki-lakii	Cina	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum bekerja
101	Abd hanif S.E	23	Laki-lakii	BTN alam indah	Kabu pate n bone	Karyawan: Swasta/BUMN /BUMD	Sarjana: S1/S2/S3	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
102	VIRA YUNIAR	22	Perempuan	BTN MAHKOTA 2	BON E	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum berpenghasila n

103	Sri Eva Damayanty	22	Perempuan	Cabalu	Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
104	Wahyuni	24	Perempuan	Jl.kesehatan, Bajoe	Bone	Belum	Sarjana: S1/S2/S3	Belum ada
105	Ella etrianinsi	22	Perempuan	Jl. Merdeka	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
106	Hastuti	21	Perempuan	Pattiro mampu	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum ada
107	Kasmawati. U	22	Perempuan	Jl.A.Muh.Yusuf	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
108	Herdin alamsyah	22	Laki-lakii	jalan sungai jenne berang	watampone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
109	Widya Ningsih	21	Perempuan	Cabalu	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum ada
110	Arman s	22	Laki-lakii	Abbumpungeng	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
111	Rahmat Hidayat	20	Laki-lakii	Desa Pallime kecamatan cenrana	Kabupaten bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Tidak ada
112	Abdas Firajullah K	22	Laki-lakii	Panyili	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
113	Harlina	22	Perempuan	Btn pepabri	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Tidak ada
114	Arman	19	Laki-lakii	Jln.husain jeddawi	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
115	Nasrullah	23	Laki-lakii	Dusun Belawae, Desa Ujung Tanah, Kec. Mare	Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Belum bekerja
116	Sri elvira	15	Perempuan	Jln abu dg.pasolong	Bone	Pelajar	SMA/MAN/SMK	Belum ada

117	lin septiani	19	Perempuan	Jl. abu dg. pasolong	Wata mpo ne/B one	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Belum ada
118	Erin	18	Perempuan	Jln abu dg pasolong	wata mpo ne/b one	Mahasiswa	Masih mahasiswa	Belum ada
119	ASHAR	22	Laki-lakii	DESA MELLE	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
120	A. Didi yuspin	21	Laki-lakii	Jl. Lapawawoi	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	500 ribu
121	Wahyuni	21	Perempuan	Jl. MT Haryono	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta
122	Hasbi	23	Laki-lakii	Kel. Pallette	Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	-
123	Ajeng	22	Perempuan	Jl. A. Mappellawa	Bone	Mahasiswa	Sarjana: S1/S2/S3	Di bawah Rp 1 juta
124	Rinaldi Adam	20	Laki-lakii	Pappolo	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Rp 1 juta s.d. Rp 5 juta
125	Dewaa	20	Laki-lakii	Btn mahkota 3	Bone	Mahasiswa	SMA/MAN/SMK	Di bawah Rp 1 juta

LAMPIRAN 4
TABULASI DATA RESPONDEN

Variabel Kesan Kualitas

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
2	3	4	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	5	3	3	4
3	3	3	3	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	3	3	3	4	4	3	4	2	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
7	5	5	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	2	2	3	3	3	3
8	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	2
9	2	2	3	3	4	3	4	3	2	1	2	4	4	4	4	3	4	4
10	2	4	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
13	4	3	3	5	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3
14	5	3	4	3	5	4	5	5	4	3	4	3	4	3	5	3	5	5
15	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	1	3	1	3	5	3
16	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	3	3	2	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	1	2	2	1
18	1	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	1	4	2	3	3	2
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4
20	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	3	4	3	1	2	1	1

21	3	3	4	2	5	4	4	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5
22	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
25	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3
26	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3
27	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
28	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	4	5	4	4	4
32	3	2	3	3	3	3	3	4	4	1	1	2	2	2	3	3	3	3
33	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
34	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
35	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	3
36	3	5	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	5	3	3	3	4
37	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
38	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2
39	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3	5	3	4	4
40	2	2	2	3	4	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
41	5	4	5	4	3	5	5	4	3	3	5	5	3	4	4	3	4	4
42	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4
43	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
44	3	2	2	4	4	2	2	3	2	1	2	2	2	3	4	1	2	2
45	4	3	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
46	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	3

47	2	2	3	4	2	2	3	2	4	4	2	2	1	3	1	2	3	1
48	3	4	4	5	2	3	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5
49	2	2	1	2	3	2	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3
50	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5
51	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4
52	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
53	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5
54	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
55	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	3	4
56	5	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5
59	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	5	5	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	5	4
61	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3
62	3	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	3	5	3	3	3	3
63	1	12	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3
64	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	5	5
65	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	2	4	4	3
66	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	2	2	2	3
67	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	3	3	5	2	4	2	3
68	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	3	3	3	2	1	3	3	4	4	3	3	1	3	3	3	3	3
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
72	2	1	1	2	3	2	3	1	1	1	2	1	1	3	2	2	1	2

73	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
74	3	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	4	3	4
75	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	5	3	3	5
76	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	3
77	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5
78	2	3	2	4	4	4	5	4	4	4	3	3	2	4	5	5	4	5
79	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5
80	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	2
81	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
82	2	4	3	4	5	4	2	1	2	2	3	4	3	2	3	2	2	3
83	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
84	3	3	3	3	4	4	2	3	3	5	4	2	5	3	5	4	3	5
85	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5	5	4	5	4	4	5
86	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
87	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4
88	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
89	5	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
90	2	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
91	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3
92	3	4	3	4	5	3	3	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3
93	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	3	4	4	3
94	2	3	1	2	3	2	1	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2
95	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3
96	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4
97	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
98	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4

99	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3
100	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5
103	5	4	4	2	4	4	4	5	5	5	5	4	1	4	5	5	5	5
104	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2
105	3	4	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3
106	5	5	4	3	4	5	4	4	3	2	2	2	3	3	3	1	2	5
107	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
108	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5
110	3	3	3	3	3	1	1	3	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
112	2	3	2	2	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
114	5	4	2	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
116	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	1	5	5	4	3	5
117	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	5	3	3	3
118	3	3	2	3	4	2	3	3	4	3	3	3	1	4	5	3	3	4
119	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5
120	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3
121	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3
122	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
123	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
124	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	3

125	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	5
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Tanggapan Pelayanan

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	3	4	2	4	4	3
2	3	2	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	4	1	2
3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3
4	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	2	3	4	4	3	2	2	3	3	2	2	3	1	5	4	4
7	3	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
8	4	3	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	2	2	2	2	3	4
9	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
10	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
13	4	4	5	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4
14	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3
15	2	4	4	3	4	3	4	2	3	4	3	5	3	4	3	4	4	3
16	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	2	3	5	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4
18	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	4	2	2
19	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	2	3	3	3
20	1	1	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	3	3	2	2
21	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4
22	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	3

23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4
25	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	4	2	4	3	4
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4
28	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3
33	3	3	4	4	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
34	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
35	5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
36	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	3	3	3	3	3
37	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3
38	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
39	3	3	2	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
40	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3
41	2	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
44	1	2	1	2	2	3	2	3	1	1	1	2	2	2	1	1	3	3
45	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3
46	4	4	5	4	4	3	5	3	4	2	3	3	4	4	2	2	3	3
47	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3
48	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4

49	3	5	2	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4
50	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	2	5	5	4
51	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
52	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
53	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
54	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
55	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	4	2	2	4
62	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	3	3
63	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2
64	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	3	4	2	3	3	4	3	3	2	2	3	4	3	2	3	4	4	3
66	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3
67	4	1	5	2	5	5	1	5	4	5	3	3	3	4	5	5	2	5
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	3	4	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3	3
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
72	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1
73	5	4	5	4	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3
74	3	2	1	3	3	4	2	3	1	3	2	3	3	3	3	3	1	3

101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4
103	5	5	2	3	4	4	1	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
104	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
105	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3
106	4	5	4	3	5	4	4	5	3	5	3	4	5	4	4	5	4	3
107	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
108	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
109	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
112	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
114	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
115	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3
116	4	4	2	3	4	5	5	4	3	2	3	2	4	4	4	4	3	3
117	3	3	2	2	4	3	5	4	1	2	3	3	3	2	2	4	2	2
118	2	2	3	3	2	4	5	4	2	2	3	2	3	3	2	5	3	3
119	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3
120	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
121	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
122	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
123	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3
124	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4
125	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3

Keputusan Pembelian

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	4	5	3	5	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4
2	3	1	4	3	3	4	2	2	4	2	2	3	4	2	3	3	3	4
3	3	4	3	3	3	4	2	4	4	4	2	2	4	3	2	2	3	2
4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	3	5
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	3	3	5	3	1	4	3	2	3	3	2	2	3	3	2	4	3
9	3	3	2	4	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2
10	3	4	5	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	5	3
11	5	5	5	4	3	2	2	4	4	4	4	2	3	3	3	3	5	5
12	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	2	4	4	2	4	4	3	2	3	4	3	3	5	3	4
14	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	1	4	4
15	5	4	5	1	3	4	1	3	4	4	2	4	4	3	4	3	5	3
16	3	4	4	3	3	5	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
17	4	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4
18	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3
19	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	3	5	3	4	1
20	1	2	3	4	1	1	2	1	1	3	3	3	2	3	1	3	2	2
21	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4
22	3	4	4	4	4	5	2	4	4	3	4	4	4	2	4	5	4	4
23	3	4	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	2	3	4
24	4	4	5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
25	3	4	5	2	4	5	1	3	4	4	4	2	4	3	4	3	5	2

26	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2
27	5	4	5	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
28	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
32	3	2	3	4	1	2	2	2	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3
33	3	1	2	1	4	5	1	3	4	4	2	1	3	3	4	3	3	3
34	5	4	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5
35	4	4	4	5	3	4	2	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5
36	4	3	3	2	3	5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
37	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
39	3	4	4	2	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3
40	3	3	5	2	2	5	2	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
41	3	3	5	3	4	5	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4
42	4	4	4	3	4	4	1	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
43	5	5	5	2	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	2
44	3	4	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	3	3	2	3	1
45	4	4	4	2	4	5	4	3	5	4	4	2	4	4	4	4	1	4
46	4	3	4	1	3	5	2	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3
47	2	2	1	1	3	3	1	3	5	3	3	2	3	3	2	5	3	2
48	4	4	5	3	4	4	3	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4
49	4	2	1	4	4	3	5	3	2	4	4	4	3	4	2	1	2	4
50	5	5	4	5	4	5	2	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4
51	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4

52	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4
53	5	5	5	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
55	3	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
58	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	2	4	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	4	2	2	3
62	3	2	2	2	4	5	3	4	2	3	2	2	4	3	4	4	5	4
63	3	2	2	3	2	1	3	3	1	2	5	5	2	3	2	1	2	3
64	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3
65	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4
66	3	3	5	1	2	4	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
67	2	5	3	4	5	5	5	3	5	4	3	1	5	1	5	5	5	1
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	3	3	4	2	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	2	3	3
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
72	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	2	1	2
73	3	2	5	2	4	4	2	3	5	4	3	3	4	3	4	3	4	3
74	3	3	2	3	2	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	4	5
75	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
76	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
77	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2

78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
80	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
81	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5
82	4	4	4	1	5	4	2	3	4	1	3	4	1	1	3	5	3	4
83	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
84	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
85	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	5	3
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
87	4	3	4	4	3	5	2	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4
88	4	4	4	2	4	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
89	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
90	3	4	4	1	4	4	1	1	5	4	3	2	4	3	4	4	4	1
91	3	4	4	2	3	4	2	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
92	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
93	4	4	4	3	4	5	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
94	2	2	3	3	2	1	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2
95	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5
96	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
98	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	3	4	3	3	5	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
102	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
103	3	2	4	2	5	4	1	4	4	4	2	2	4	5	5	5	5	5

104	3	4	4	1	3	4	2	5	5	3	2	2	4	3	5	5	5	3
105	4	4	4	3	4	5	2	3	5	3	4	3	3	3	3	4	3	4
106	5	4	5	4	5	4	3	4	5	2	3	5	5	4	4	5	3	4
107	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4
108	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
109	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
112	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
115	4	3	2	2	3	4	2	3	5	4	3	2	4	3	4	3	4	3
116	3	3	5	2	3	4	2	2	4	4	2	1	5	3	4	4	1	2
117	3	5	5	2	3	5	2	3	5	3	2	3	3	3	3	5	5	3
118	3	5	4	1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	2
119	3	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3	5	4	3	4
120	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4
121	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4
122	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4
123	3	5	5	3	4	4	3	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4
124	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4
125	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4

Tabulasi Data Gabungan

Res	Kesan Kualitas (Eksogen) (KK)									Tanggapan Pelayanan (Eksogen) (TP)									Keputusan Pembelian (Endogen) (KP)								
	Penyajian			Nilai Moral			Kepatuhan			Empati			Keandalan			Tanggapan			Pengetahuan			Mengevaluasi			Perilaku		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	3.		3.	3.				3.				3.	3.			3.		3.	4.				3.		3.		3.
	5	3	5	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	3	5	3	5	5	4	3	4	5	3	5	3	5
2	3.		2.	2.	3.		2.		3.	2.		3.	2.	2.				1.		3.	3.			2.			3.
	5	3	5	5	5	3	5	4	5	5	3	5	5	5	3	3	3	5	2	5	5	2	3	5	3	3	5
3			2.						3.		3.	3.			3.		2.		3.		3.				3.		2.
	3	4	5	3	3	3	3	3	5	3	5	5	4	3	5	3	5	3	5	3	5	3	4	2	5	2	5
4	3.	3.						3.	2.	2.			3.	3.		3.		3.					3.	3.			
	5	5	3	4	3	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	3	5	4	3	4	3	5	5	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6		3.	3.			4.	4.				2.		2.	2.	2.	2.				4.	4.				4.		
	3	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
7			3.						3.		4.		3.			3.											
	5	3	5	5	5	5	2	3	3	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3.		3.		2.		3.	3.	2.	3.	3.	2.	3.	3.				3.				3.	2.	2.	2.	2.	3.
	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	5	3	4	2	5	5	5	5	5	5
9			3.	3.	1.			3.		3.		2.			2.						2.	3.	2.			2.	
	2	3	5	5	5	3	4	5	4	5	2	5	3	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	2
10			2.	2.		3.	3.	3.		3.		3.	3.				3.		3.				3.			3.	
	3	3	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	3	3	3	5	3	5	4	4	3	5	3	4	5	4
11																				4.	2.						
	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	5
12	4.									4.	4.		3.	4.						4.		4.					
	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	3.		3.		3.	3.			3.		4.	3.				3.		3.					3.	2.	3.		3.
	5	4	5	4	5	5	3	3	5	4	5	5	3	4	4	5	3	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5

	5			5	5		5	5		5	5	5	5		5				5				5	5		5		
45	3.	3.	4.		3	4	4	3.		3.	3.		3.	3.		3.		3.		4.	3.	4.			3	4	4	2.
46		4.	4.	3.			3.	3.			4.	3.						3.	2.		2.	4.			4.	4	4	
47		3.		2.				1.				3.	3.				2.							2.		3.	2.	
48	3.	4.	2.		4.		3.	4.				4.			3.	3.						3.		3.	4.	4.	4.	4.
49		1.	2.		2.									2.		3.	2.				2.	3.			3.	1.		
50	4	3	4	3.		4	4	4.		4.	4.			4.	4.		4.	3.	4.		4.	4.			3.			4
51	4.							4.	4.												4.	4.			4.			4.
52	4	4.	4.			4.						3.			3.								3.			4.		
53	4.	4.	4.	4.		4.			4.	4.		4.				4.					4.		4.	3.		4.	4.	4.
54	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2.															2.	
55	3.			4.	4.	4.			3.			4.		3.								4.	3.		4.	4.		4.
56	4.			2.																								
57	3.	4.						4.		4.		4.	4.				3.			4.		4.	4.			4.	4.	4.
58	4	4	4	4	4	4	3.					4.			4.	4.			3.	4.	4.	4.		4.	4.	4.		5

59	2. 5	3	3	3	2. 5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	5	4	4	3	3	3	4	3. 5	4. 5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	2. 5	3	2. 5	2. 5	2	2	3	2. 5	2. 5	3	3	3	3	3	2. 5	3	3	2. 5	3	2. 5	2. 5	2. 5	2. 5	2	2. 5	3	2. 5
62	3. 5	4	3. 5	4. 5	5	4	4	3	3	4	4	4.	5	4	4.	5	4	4.	5	3	3	2. 5	2	4. 5	3. 5	2. 5	3. 5
63	1. 5	2. 5	2. 5	2. 5	2	5	3	2. 5	2. 5	2	5	2	5	2.	5	5	5	2.	5	2.	5	1. 5	3	5	5	2. 5	1. 5
64	4. 5	3	3. 5	3	3. 5	3	3.	5	4	5	3	5	5	4	5	3	3	3	3	3	3.	5	5	3	5	5	3
65	3. 5	3	4	2. 5	3	5	3.	2. 5	3.	5	3.	5	5	5	5	3	2	3.	2. 5	3.	5	3.	5	4	4.	5	3
66	4. 5	3	4	3. 5	4	4	2.	5	2	5	3.	5	5	4	5	5	3	3	3	2.	5	3	3	2	5	3	
67	5	3	5	3	5	4	4	3	2. 5	2. 5	3. 5	5	5	5	3	5	3	3.	5	3.	5	3.	5	5	4	4.	5
68	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	3. 5	3	1. 5	3	4	3	2	3	3	3	5	2	3	3	5	3	3	2. 5	3.	5	3.	5	3	5	3	3	3
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	4	4	4. 5	4	4. 5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4.	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4.	5
72	1. 5	1. 5	2. 5	2	1	5	2	2	5	2	5	5	5	2	5	1	2	5	1	1	1	1	1	1	2	5	1
73	2. 5	2	3	3	3	3	2	3	3	4.	5	4	3	3	5	4	3	3	2. 5	3.	5	4	5	5	3	3.	5
74	3	2.	3.	2.	3.	2.	2.	3.	3.	2.	2	3.	2.	2	2.	3	3	2	3	2.	3	3	3	3	3	3.	4.

		5	5	5	5	5	5	5	5	5		5	5		5					5				5		5	5		
75	3	3. 5	2. 5	3. 5		3	4	3	4	4	3	3	3	3	5	3	3	3.	3.	3.	4	3.	3	3	3	3	3	3	
76	3		3. 5		4	4	4	2. 5		3. 5	3. 5	4. 5		4	5	3	3		3.	3.	4.	3.		3.	3.		4	4	
77	4	3. 5	4. 5		4	5	4.	4.	4.	4.					1. 5		1. 2			1.		2.			2	2	1.	1.	
78	2. 5			4. 5		4	3	3	5	4.		4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
79	4. 5		4. 5	4. 5	4. 5	4. 5	3. 5	4. 5		5	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	
80	1. 5				1	1	2	1	2		1.		1	1	1	5	1	1.	1.			1.		1	1	1	1	1	
81	5	3	5	5	5	5	4.			5	5	5	5	5	5	5	5	4.		4.		4.		5	5	5	4	5	
82	3	3. 5	4. 5	1. 5		3.	2.	2.	2.	1.	3.	2.			2.		1.			2.	4.	2.	2.	3.			3.		
83	3	3. 5			3	3	4	3	3	3.		4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	5	4	3	
84	3			2. 5		4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4.			5	5	5	4.	5
85	5						4.	4.	4.		4.			2.	2.			2.						4.		3.	3.		
86	3	3. 5			3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
87	4	4. 5	4. 5		5	5	4	3.							4.	3.	3.	3.	3.	3.				4.		4.	3.		
88	3. 5			3. 5		4	4	3.		3.		3.		3.	3.	3.					4	3	4	3	5	5	5	4	3

89	4. 5	3. 5	5	4. 5	5	5	4	5	4	4. 5	5	5	5	5	5	4	4. 5	4. 5	4. 5	5	4. 5	4	4	4	4	4. 5	5			
90	2	2. 5	3. 5	3	4	3. 5	3	3. 5	4	3	3. 5	4	3	3	3	3	3	3. 5	2. 5	5	4	1	4. 5	2. 5	3. 5	3. 4	2. 5			
91	4	3. 5	3. 5	3. 5	3. 5	4	3	3. 5	3	2. 5	3. 5	4	3. 5	3. 5	4	3	3. 5	3. 5	3.	3. 5	3	5	3	4	3	3	3			
92	3. 5	3. 5	4	3. 5	4. 5	3. 5	3	3	3	4	4	4	3	5	4	5	3	4	3. 5	3. 5	4	4	3	3	3	3	3			
93	4. 5	3. 5	4. 5	5	5	4	4	3. 5	3. 5	4. 5	4. 5	5	5	3. 5	4	4	5	4	3. 5	4.	3. 5	4.	5	3	4.	4.	4.			
94	2. 5	1. 5	2. 5	2. 5	2	2	3	2	2	2.	1. 5	5	2	2	2	5	2	3.	5	3	2	3	1.	2.	2.	2.	2.	2.	2.	
95	5	4	4. 5	5	5	5	4. 5	3	3. 5	4	5	4	4	3. 5	4	3. 5	3	3	4	5	5	4	4	4	3. 5	4	4.	5		
96	4. 5	4. 5	5	5	5	4.	4	3. 5	4	5	5	5	5	4.	4	5	4	3	5	5	5	4.	4.	5	5	5	5	5		
97	2	1. 5	1. 5	1	1	1	1.	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1.	1.	5	5	1	1	1	1	1	1		
98	4	4	4. 5	4	4	3. 5	3. 5	4. 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.	4.	4.	4.	4	4	4		
99	3. 5	4	4	4. 5	5	4	4	3. 5	3. 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3.	4	4	4	4	4		
100	4	3. 5	4. 5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4.	5	4	4	4	4	4	4	3.	3.	4.	3.	3.	4	4		
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
102	3. 5	4	4	4. 5	4. 5	5	3. 5	5	4.	4.	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3.	5	4	4.	5	4	4	4	4.	5	
103	4. 5	3	4	4. 5	5	4. 5	2. 5	5	5	5	5	5	2.	4.	2.	5	4	5	4	2.	5	3	4.	2.	5	4	2	4.	5	5

11		3.	4.	4.	4.	4.	4.	4.	3.					3.	3.	3.	3.	4.			4.			4.	3.
9	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5
12		3.										3.								3.		3.		3.	3.
0	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
12			3.	3.			3.		3.			3.		3.		3.								3.	3.
1	4	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4
12				3.																		3.	3.	3.	3.
2	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5
12			3.					3.				3.		3.			2.					3.		3.	3.
3	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	5	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5
12	4.	4.	4.			4.	4.	3.						4.	3.				4.	4.	4.	4.			4.
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
12	4.				3.	3.	3.	4.	4.			3.			3.		3.		3.	3.	3.	3.	3.	3.	3.
5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	4	5	3	5	5	5	5	3	5	5

LAMPIRAN 5

UJI EFA

Kesan Kualitas

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.918
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	851.776
	Df	36
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Component 1
KK1	.775
KK2	.708
KK3	.808
KK4	.873
KK5	.859
KK6	.883
KK7	.811
KK8	.805
KK9	.828

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.
a. 1 components
extracted.

Tanggapan Pelayanan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.944
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1029.676
	Df	36
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Component 1
TP1	.856
TP2	.843
TP3	.906
TP4	.809
TP5	.836
TP6	.899
TP7	.920
TP8	.796
TP9	.853

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.
a. 1 components
extracted.

Keputusan Pembelian

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.941
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	951.364
	Df	36
	Sig.	.000

**Component
Matrix^a**

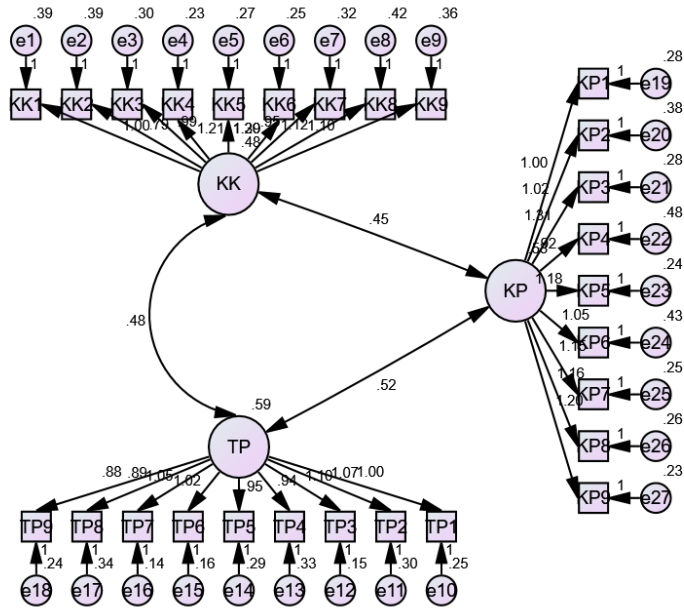
	Component 1
KP1	.829
KP2	.815
KP3	.876
KP4	.750
KP5	.878
KP6	.806
KP7	.870
KP8	.865
KP9	.886

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.
a. 1 components
extracted.

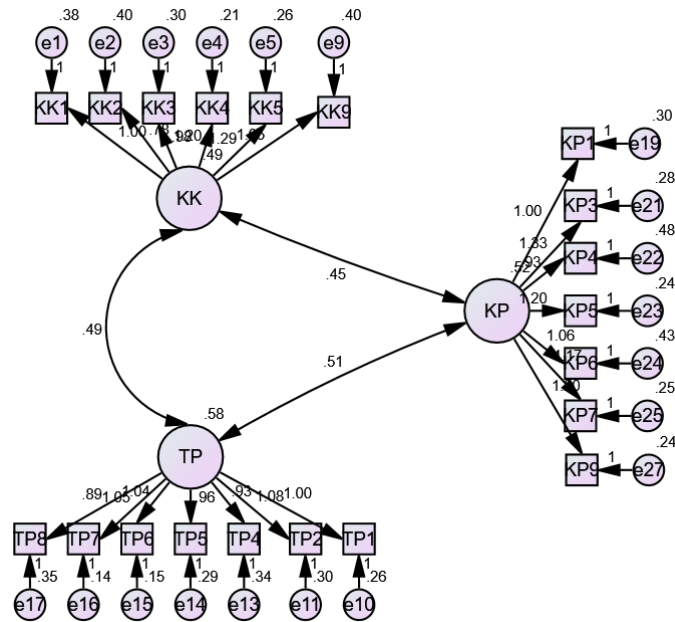
LAMPIRAN 6

UJI CFA

Model Uji CFA



Model Modifikasi Uji CFA



Hasil Uji Goodness of Fit

No.	Indeks	Cut off Value	Hasil Analisis	Keterangan
1	Chi Square	≤ 198.154 (df=167, Taraf Sig 5%)	195.461	Baik
2	Probability	$\geq 0,05$	0,065	Baik
3	CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,170	Baik
4	GFI	$\geq 0,90$	0,866	Marginal
5	AGFI	$\geq 0,90$	0,832	Marginal
6	IFI	$\geq 0,90$	0,987	Baik
7	TLI	$\geq 0,90$	0,985	Baik

8	CFI	$\geq 0,90$	0,987	Baik
9	NFI	$\geq 0,90$	0,917	Baik
10	RMSEA	$\leq 0,08$	0,037	Baik

Hasil Uji Validitas Konstruk

Konstruk	Estimate	S.E.	C.R.	P
KK1 <--- KK	1,000			
KK2 <--- KK	,777	,105	7,422	***
KK3 <--- KK	,975	,108	9,050	***
KK4 <--- KK	1,205	,116	10,344	***
KK5 <--- KK	1,289	,126	10,250	***
KK9 <--- KK	1,053	,120	8,776	***
TP1 <--- TP	1,000			
TP2 <--- TP	1,081	,093	11,623	***
TP4 <--- TP	,934	,090	10,334	***
TP5 <--- TP	,962	,087	11,038	***
TP6 <--- TP	1,038	,078	13,221	***
TP7 <--- TP	1,054	,079	13,307	***
TP8 <--- TP	,886	,089	9,917	***
KP1 <--- KP	1,000			
KP3 <--- KP	1,327	,115	11,534	***
KP4 <--- KP	,930	,110	8,486	***
KP5 <--- KP	1,196	,105	11,442	***
KP6 <--- KP	1,062	,112	9,481	***
KP7 <--- KP	1,172	,104	11,280	***

Konstruk	Estimate	S.E.	C.R.	P
KP9 <--- KP	1,201	,105	11,468	***

Hasil Uji Realibilitas Konstruk (Indikator)

Konstruk	SF
KK1 <--- KK	0,751
KK2 <--- KK	0,655
KK3 <--- KK	0,781
KK4 <--- KK	0,877
KK5 <--- KK	0,870
KK9 <--- KK	0,761
TP1 <--- TP	0,833
TP2 <--- TP	0,835
TP4 <--- TP	0,774
TP5 <--- TP	0,808
TP6 <--- TP	0,901
TP7 <--- TP	0,904
TP8 <--- TP	0,753
KP1 <--- KP	0,798
KP3 <--- KP	0,874
KP4 <--- KP	0,696
KP5 <--- KP	0,869
KP6 <--- KP	0,758
KP7 <--- KP	0,860
KP9 <--- KP	0,870

Hasil Uji Realibilitas Konstruk (Indikator)

22.043	22.043	2.292	=	0.906	Baik
33.733	33.733	2.161	=	0.940	Baik
32.776	32.776	2.289	=	0.935	Baik

Hasil Uji Normalitas Data

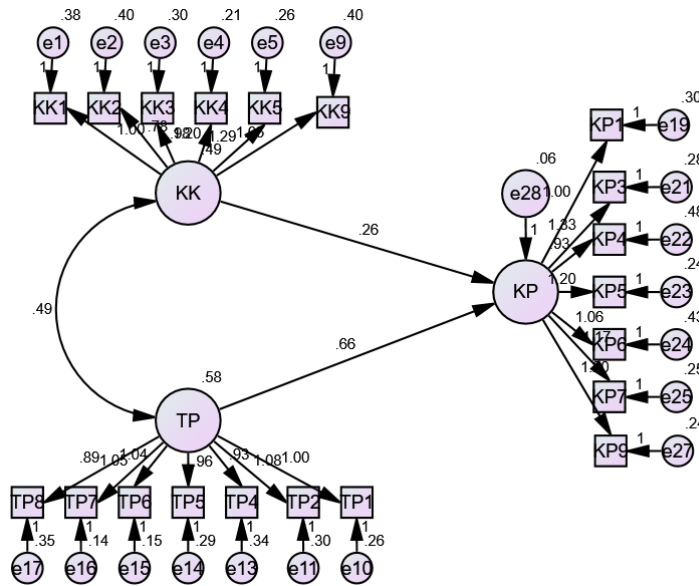
Variable	Mi n	Ma x	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KP9	1	5	-0,578	-2,639	0,035	0,08
KP7	1	5	-0,694	-3,169	0,592	1,352
KP6	1	5	-0,298	-1,359	-0,38	-0,866
KP5	1	5	-0,64	-2,92	0,186	0,425
KP4	1	5	-0,229	-1,045	-0,094	-0,214
KP3	1	5	-0,912	-4,163	0,376	0,858
KP1	1	5	-0,724	-3,302	0,515	1,176
TP8	1	5	-0,189	-0,864	0,077	0,176
TP7	1	5	-0,449	-2,048	0,243	0,555
TP6	1	5	-0,571	-2,605	0,543	1,24
TP5	1	5	-0,348	-1,589	0,028	0,064
TP4	1	5	-0,432	-1,972	0,165	0,377
TP2	1	5	-0,615	-2,806	-0,022	-0,05
TP1	1	5	-0,454	-2,074	0,192	0,438
KK9	1	5	-0,479	-2,186	-0,085	-0,195
KK5	1	5	-0,642	-2,932	-0,113	-0,258
KK4	1	5	-0,486	-2,219	-0,018	-0,041
KK3	1	5	-0,677	-3,089	0,576	1,315

KK2	1	5	-0,108	-0,491	-0,15	-0,342
KK1	1	5	-0,358	-1,634	-0,464	-1,058
Multivariat e					84,073	15,843

LAMPIRAN 7

UJI SEM

Model Uji SEM



Hasil Uji Hipotesis

Variabel			Estimate	S.E.	C.R.	P
KP	<---	KK	0,258	0,148	1,746	0,081
KP	<---	TP	0,663	0,145	4,574	***

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Amirullah
Jenis kelamin : Laki-Laki
Tempat, Tanggal Lahir : Palopo, 02 Juni 1997
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Islam
Kelompok : 1 (Satu)
Alamat : Apala
Nama orang tua
Ayah : Ambo Tuo
Ibu : Sutrawati
Pekerjaan orang tua
Ayah : Petani
Ibu : IRT
Anak ke/ jumlah bersaudara : 1/4
No. Hp : 082290388277
E-mail : amirullah.saranghae@gmail.com



B. Riwayat Pendidikan

1. TK Dasawisma Apala (2003-2004)
2. SD INPRES 3/77 Apala (2004-2010)
3. SMPN 1 Barebbo (2010-2013)
4. SMA Negeri 2 Watampone (2013-2016)
5. Institut Agama Islam Negeri Bone (2016-Sekarang)

C. Riwayat Organisasi

1. Member Forum Kajian Ilmiah Ulul Albab (FKI UA) IAIN Bone angkatan 2016
2. Anggota Koperasi Mahasiswa (KOPMA) IAIN Bone angkatan 2016
3. Kader Forum Silaturahmi Study Ekonomi Islam (FoSSEI)
4. Koordinator Keilmuan Himpunan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah (HM-PS EKSYAR) IAIN Bone tahun 2018/2019

5. Koordinator EKIS RAYON SYARIAH Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) IAIN Bone tahun 2018/2019
6. Koord. Departemen Syiar Kelompok Studi Ekonomi Islam Forum Mahasiswa Ekonomi Islam (KSEI RUMAH EKIS) IAIN Bone tahun 2019
7. Majelis Syuro Organisasi (MSO) Kelompok Studi Ekonomi Islam Forum Mahasiswa Ekonomi Islam (KSEI RUMAH EKIS) IAIN Bone 2020
8. Sekretaris Umum Dewa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (DEMA FEBI) IAIN Bone 2020

D. Prestasi yang Pernah Diraih

1. Juara 2 lomba debat pada kegiatan Islamic Economic Fair (IEF) IV oleh Kelompok Studi Ekonomi Islam Forum Mahasiswa Ekonomi Islam (KSEI RUMAH EKIS) IAIN Bone tahun 2018
2. Finalis Duta Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bone tahun 2019
3. Juara 3 lomba desain poster oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) Kab. Bone tahun 2020