

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN BERBELANJA PADA RITEL
ALFAMART DI JOMBANG**

SKRIPSI

Di ajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam (S.Ei) Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi
Program Studi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)



Oleh:

Ainurrizqy Rahmawati

NIM: 083 112 057

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) JEMBER

FAKULTAS SYARIAH

Juli, 2016

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN BERBELANJA PADA RITEL
ALFAMART DI JOMBANG**

SKRIPSI

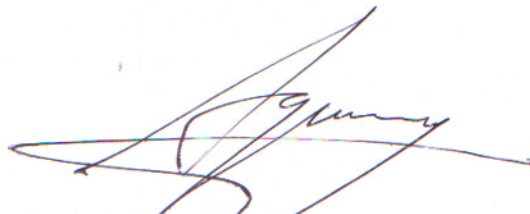
Di ajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam (S.Ei) Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi
Program Studi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)

Oleh:

Nama : Ainurrizqy Rahmawati
Nim : 083 112 057
Fakultas : Syari'ah
Jurusan : Hukum Ekonomi
Prodi : Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)

Di setuju oleh

Dosen Pembimbing



Agung Parmeno, SE., M.Si

NIP : 19751216 200912 1 002

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
DAN LABEL HALAL TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN BERBELANJA PADA RITEL
ALFAMART DI JOMBANG**

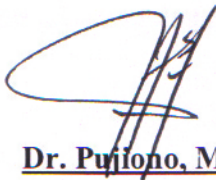
SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.Ei) Fakultas Syariah
Jurusan Hukum Ekonomi
Program Studi Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)

Hari : KAMIS
Tanggal : 01 September 2016

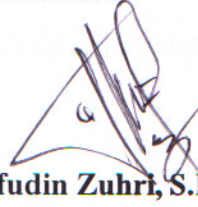
Tim Penguji

Ketua



Dr. Pujiono, M.Ag.
NIP. 19700401 200003 1 002

Sekretaris



Moh. Ali Syaifudin Zuhri, S.EI., M.M

Anggota:

1. Dr. Sri Lum'atus Sa'adah, M.H.I
2. Agung Parmono, S.E., M.Si



Menyetujui
Dekan Fakultas Syariah IAIN Jember



Dr. H. Sutrisno RS, M.HI
NIP. 19590216 198903 1 001

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ
مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ
تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

“ Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi

Maha Terpuji”

(QS. Al-Baqarah : 267)

IAIN JEMBER

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

Ibu tercinta (Siti Mu'alimah), Ayah tercinta (Salju) dan Adik-adiku tercinta (M. Nuril Khakim dan Alfina Laila Maulida) yang selama ini senantiasa memberikan dukungan, doa, semangat dan motivasi sehingga penulis tak pernah merasa lelah, jenuh, dan putus asa dalam melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi, khususnya dukungan dalam penyelesaian skripsi.

Dengan segala hormat serta ucapan terima kasih yang tiada batas, berkat kerja keras dan doa tulus yang telah diberikan kepada penulis semua hal yang terasa sulit menjadi mudah, yang jauh terasa dekat dan bahkan yang sedikit terasa banyak.

Kepada keluarga besar yang tak henti-hentinya memberi dukungan dan doa kepada penulis.

Yang terakhir penulis persembahkan kepada teman-teman seperjuangan kelas U1 Muamalah dan semua pihak yang selalu memotivasi untuk menyelesaikan karya tulis ini.

IAIN JEMBER

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Karena dengan limpahan rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan, meskipun masih banyak kekurangan yang harus dibenahi. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad Saw.

Terima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan nasihat dengan penuh rasa cinta dan sayangnya selalu di utamakan oleh penulis agar mendapat ridlo-Nya Dzat yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Sebuah kebahagiaan tersendiri bagi penulis karena dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis merasa tidak berjalan sendiri tanpa bantuan dari pihak lain, tentunya hal tersebut berupa bantuan, bimbingan, dorongan serta arahan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. H. Sutrisno RS. M.HI selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Jember.
3. Ibu Mahmudah, M.E.I selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Islam IAIN Jember.

4. Bapak Agung Parmono, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan nasihat dan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak dan Ibu dosen IAIN Jember yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada peneliti.
6. Kepala Toko Alfamart yang telah memberikan izin kepada penulis untuk penelitian.
7. Konsumen di Jombang yang telah meluangkan waktunya untuk membantu terlaksananya penelitian.

Hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis sampaikan, semoga bantuan dukungan dan doa yang telah diberikan dapat menjadi catatan amal kebaikan di hadapan Allah SWT.

Akhirnya, secercah harapan penulis tautkan, semoga hasil penelitian dalam skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Semoga Allah selalu mengabulkan keinginan dan harapan kita. *Amin Ya Robbal Alamin.*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

IAIN JEMBER
Jember, 26 Maret 2016

Penulis

ABSTRAK

Ainurrizqy Rahmawati, 2016: *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Pada Ritel Alfamart Di Jombang.*

Peneliti dilatarbelakangi oleh timbulnya fenomena persaingan antar penyedia barang dan jasa ritel modern. Maju ritel ini ditentukan oleh banyaknya jumlah konsumen yang berkunjung dan banyaknya barang yang konsumen beli pada ritel modern tersebut. Keputusan konsumen dalam memilih berbelanja pada ritel modern dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: fasilitas yang baik dan memadai, dan citranya sebagai tempat berbelanja yang nyaman, aman, dan lengkap dan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat tercipta kepuasan konsumen.

Rumusan masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: (1) Apakah kualitas pelayanan dan label halal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang?. (2) Apakah kualitas pelayanan dan label halal terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang?. (3) Faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang?.

Tujuan peneliti ini adalah: (1). Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan label halal secara simultan terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang. (2). Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan label halal secara parsial terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart. (3). Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart.

Peneliti ini menggunakan metode kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja pada ritel alfamart. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Cluster Sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen sekitar alfamart yang terletak pada dusun Krajan I, Krajan II, Krajan III, yang diambil secara acak. Dan analisis data menggunakan persamaan regresi linear berganda yaitu: $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e$.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut: 1). Berdasarkan hasil pengujian hipotesa F secara simultan bahwa kualitas pelayanan, dan label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart. Terbukti hasil uji F kualitas pelayanan dan label halal dengan $F_{hitung} 11.426 > F_{tabel} 3.098$ dengan signifikansi 0,05. 2). Berdasarkan pengujian hipotesa t secara parsial bahwa kualitas pelayanan, dan label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang. Terbukti hasil uji t kualitas pelayanan dengan $t_{hitung} 0.106 < t_{tabel} 1.986$ dengan signifikansi 0,025 dan label halal dengan $t_{hitung} 4.965 > t_{tabel} 1.986$ dengan signifikansi 0,025. 3). Berdasarkan hasil SPSS, faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang adalah variabel label halal (X2), terbukti dengan nilai 0.492 dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan (X1) dengan nilai 0.009.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1. Variabel Penelitian.....	8
2. Indikator Variabel	9
F. Definisi Operasional	10
G. Asumai Penelitian	11
H. Hipotesis	12
I. Metode Penelitian	13
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	13
2. Populasi dan Sampel.....	13

3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	15
4. Analisa Data.....	17
J. Sistematika Pembahasan.....	26
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN.....	28
A. Penelitian Terdahulu.....	28
B. Kajian Teori.....	32
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	50
A. Gambaran Objek Penelitian.....	50
B. Penyajian Data.....	54
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	57
D. Pembahasan.....	70
BAB IV PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	79
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

NO URAIAN

Tabel 1.1 Indikator Variabe	19
Tabel 1.2 Tingkat Prefensi Jawaban Kuesioner	16
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Pendapat Responden Terhadap Variabel X1	55
Tabel 3.2 Pendapat Responden Terhadap Variabel X2	56
Tabel 3.3 Pendapat Responden Terhadap Variabel Y	56
Tabel 3.4 Uji Multikolonieritas.....	57
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	61
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	63
Tabel 3.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
Tabel 3.8 Uji Koefisien Determinasi R^2	65
Tabel 3.9 Uji F	66
Tabel 3.10 Uji t	68

IAIN JEMBER

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Uji Heteroskedastisitas	59
Gambar 3.2 Uji Normalitas	60



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Usaha *retail* banyak bermunculan sebagai akibat tuntutan gaya hidup masyarakat yang mulai berubah. Perubahan yang dimaksud yakni konsumen yang semula kurang memerhatikan masalah kemudahan atau efisiensi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dalam berbelanja. Kemudahan yang diinginkan konsumen tersebut misalnya kemudahan memperoleh berbagai produk dalam satu tempat, tempat berbelanja yang nyaman, dan lokasi yang mudah dicapai.

Ritel adalah sekelompok kegiatan yang menjual atau menambahkan nilai barang dan jasa pada konsumen akhir untuk digunakan secara pribadi, keluarga, atau rumah tangga¹.

Industri Ritel yang tumbuh pesat dewasa ini merupakan hasil dari meningkatnya beragam hasil produksi yang dikemas dan ditata dalam rupa yang lebih menarik, dan juga keperluan konsumen terhadap barang meningkat baik dalam kualitas maupun kuantitas. Peluang inilah yang ditangkap oleh pemodal asing yang demikian agresif membangun jaringan ritel di kota-kota besar di Indonesia.

Ketatnya persaingan membuat pemasar sulit untuk bersaing dalam inovasi produk. Perkembangan teknologi yang semakin cepat menyebabkan sesuatu hal baru dengan mudah akan dapat ditiru oleh orang lain, sehingga

¹Christina Widya Utami, *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel* (Malang: Bayumedia Publishing, 2008), 2.

peranan layanan konsumen menjadi penting. Kualitas yang ditawarkan akhirnya tidak hanya ditentukan kualitas produk tapi juga oleh kualitas jasa.

Melihat banyaknya konsumen yang mempunyai keinginan dan kebutuhan beraneka ragam saat ini, membuat peluang besar bagi para pelaku bisnis untuk mendirikan tempat ritel di kota Jember khususnya di desa Jombang, bisa dilihat ritel modern baru di desa Jombang, misalnya Alfamart dan Indomart.

Minimarket (alfamart) merupakan jenis ritel yang sedang berkembang pada saat ini yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dan menawarkan kemudahan karena lokasi atau letaknya yang bisa dijangkau dan dekat dengan konsumen serta mengutamakan kepraktisan dan kecepatan yang didukung dari luas toko atau gerai yang tidak terlalu besar sehingga konsumen berbelanja dengan waktu yang tidak terlalu lama. Keuntungan lain dengan berbelanja di minimarket yaitu suasana aman dan nyaman dalam berbelanja, tidak kesulitan memilih barang-barang yang diperlukan, kualitas barang lebih terjamin bila dibandingkan belanja di pasar tradisional, harga barang pasti sehingga tidak perlu ditawar dan dapat berbelanja berbagai keperluan dalam satu tempat saja sehingga menghemat waktu dan tenaga. Selain itu alfamart banyak menawarkan layanan-layanan yang memudahkan dan menguntungkan bagi konsumen, salah satunya adalah *membercard*. Dengan *membercard* kita mendapat banyak keuntungan, seperti: hematku dan kalender belanja, spesialku dan hadiahku.

Hematku dan kalender belanja adalah program khusus member alfamart, dimana member akan mendapatkan potongan harga khusus member untuk produk-produk tertentu sesuai dengan periode promosi. Untuk info produk hematku dan kalender belanja terdapat di *leaflet* alfamart yang terbit setiap dua minggu sekali atau poster yang ada di alfamart terdekat. Spesialku dan hadiahku merupakan produk-produk spesial yang dihadirkan hanya untuk member alfamart. Produk-produk spesialku ini hanya dapat di beli oleh member alfamart dengan menunjukkan kartu member pada saat melakukan pembayaran di kasir. Sedangkan hadiahku adalah program hadiah langsung atau undian yang hanya dapat diikuti oleh member alfamart. Member akan mendapatkan token yang akan di undi untuk mendapatkan hadiah tertentu atau member akan mendapatkan hadiah langsung sesuai dengan program atau promo yang sedang berlangsung.

Menurut Zeithaml et.al (1990:19), bahwa kualitas pelayanan yang baik diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka². Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi dari penyedia barang atau jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Unggulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan.

²Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 88.

Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu: *Responsivness*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles*.

Responsivness (daya tanggap/kesigapan) adalah suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen/pelanggan terhadap perusahaan³. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para pelanggan/konsumen. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya bersifat fisik.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan

³Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 122.

kepada konsumen/pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Di zaman modern sekarang ini, usaha dibidang produksi telah mengalami peningkatan yang sangat signifikan seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Peningkatan produksi itu, selain memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengkonsumsinya, ternyata juga menimbulkan kekhawatiran baru terkait kualitas produk jika ditinjau dari aspek kehalalannya⁴.

Salah satu persoalan yang dihadapi umat adalah banyak produk makanan dan minuman olahan, obat-obatan, serta kosmetik tanpa label halal, bagi seorang muslim makanan dan minuman erat sekali dengan ibadah. Sejalan dengan ajaran Islam, umat Islam menghendaki agar produk-produk yang akan dikonsumsi tersebut dijamin kehalalan dan kesuciannya, karena Islam menghalalkan yang baik sebagaimana Firman Allah Swt pada Qs. Al-Baqarah: 168⁵.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ
 إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : “ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu “.

⁴Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan sertifikasi Halal* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 139.

⁵Al-Qur'an, 2:168.

Berdasarkan ayat diatas, mengkonsumsi makanan yang halal merupakan suatu kewajiban bagi umat Islam. Dalam ajaran syariat, tidak diperkenankan bagi kaum muslim untuk mengkonsumsi produk-produk tertentu karena substansi yang dikandungnya dan proses yang menyertainya tidak sesuai dengan ajaran syariat Islam. Dengan adanya aturan yang tegas ini, maka para pemasar (produk halal) memiliki kesempatan untuk mengincar pasar konsumen muslim dengan pencantuman labelisasi halal.

Oleh karena itu, peneliti dilatarbelakangi oleh timbulnya fenomena persaingan antar penyedia barang dan jasa ritel modern. Maju ritel ini ditentukan oleh banyaknya jumlah konsumen yang berkunjung dan jumlah barang yang konsumen beli pada ritel modern tersebut. Keputusan konsumen dalam memilih berbelanja pada ritel modern dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu : fasilitas yang baik dan memadai dan citranya sebagai tempat berbelanja yang nyaman, aman, dan lengkap dan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat tercipta kepuasan konsumen. Dari hal tersebut, peneliti melakukan penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Pada Ritel Alfamart di Jombang”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanandan label halal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang?

2. Apakah kualitas pelayanan dan label halal terdapat pengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang?
3. Faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berkaitan erat dengan rumusan masalah yang dituliskan, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan label halal secara simultan terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan label halal secara parsial terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang.
3. Untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah, memperdalam dan memperluas khazanah keilmuan hukum ekonomi Islam khususnya dalam analisis kualitas pelayanan, dan label halal terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart, serta dapat digunakan sebagai landasan bagi peneliti selanjutnya yang sejenis di masa yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

- 1) Diharapkan dapat membuka wacana bagi penulis pada khususnya serta pembaca pada umumnya. Mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan, dan label halal terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart.
 - 2) Bagi Almamater IAIN Jember dapat menjadi koleksi kajian tentang tentang kualitas pelayanan, dan label halal terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart.
- Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan semua pihak yang berminat terhadap bidang hukum ekonomi Islam, terutama yang berkaitan dengan keputusan berbelanja.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas adalah suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikatnya. Variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas.⁶

Menurut hubungan antar satu variabel dengan variabel yang lain macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

⁶Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2005), 67-68.

a. Variable Independent

Variabel independen ini sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁷

Variabel Bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Kualitas Pelayan (X_1)

Label Halal (X_2)

b. Variable Dependent

Variabel terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Variabel Terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Keputusan Berbelanja (Y)

2. Indikator Variabel

indikator adalah ukuran, yakni hal-hal yang menunjukkan keterwakilan dari nilai sebuah variabel. Indikator dalam penelitian ini adalah:

Tabel 1.1

Indikator Variabel

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR
Analisis Pengaruh	Kuallitas Pelayanan	a. Bukti Fisik
Kualitas Pelayanan		b. Keandalan

⁷Sugiyono , *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&d* (Bandung: Alfabeta 2011), 39.

dan Label Halal Terhadap Keputusan		c. Daya Tanggap d. Empati
Konsumen Berbelanja Pada Ritel Alfamart Di Jombang	Label Halal	a. Proses Pembuatan b. Bahan Baku Utama c. Bahan Pembantu
	Keputusan Konsumen	a. Faktor Budaya b. Faktor Sosial c. Faktor Psikologis d. Faktor Pribadi

F. Definisi Operasional

Definisi operasional dibuat agar tidak terjadi salah pengertian dengan istilah yang digunakan penelitian:

1. Kualitas

Kualitas, mutu, baik buruknya barang. Istilah ini banyak digunakan dalam bisnis, rekayasa, dan manufaktur dalam kaitannya dengan teknik dan konsep untuk memperbaiki kualitas produk atau jasa yang dihasilkan, seperti Six Sigma, TQM (*Total Quality Management*), Kaizen, dan lain-lain.

2. Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun⁸.

3. Konsumen

Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup.

4. Ritel

Ritel adalah sekelompok kegiatan yang menjual atau menambahkan nilai barang dan jasa pada konsumen akhir untuk digunakan secara pribadi, keluarga, atau rumah tangga⁹. Agar berhasil dalam pasar ritel yang kompetitif, peritel harus dapat menawarkan produk yang tepat, dengan harga yang tepat, pada tempat yang tepat, dan waktu yang tepat.

G. Asumsi Penelitian

Dalam proses penelitian, penulisan skripsi ini perlu kiranya memaparkan asumsi dasar sebagai patokan atau acuan sehingga proses penelitian yang dilaksanakan sesuai dengan paradigma dan profil objek penelitian. Asumsi dasar penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

- a. Dengan penelitian ini akan bisa bermanfaat seperti yang kami paparkan di atas.

⁸Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 85.

⁹Christina Widya Utami, *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*, 2.

- b. Untuk memberikan suatu wacana yang transformatif dengan kerangka berfikir yang lebih jelas.

Akan tetapi dalam hal ini bukan berarti menyalahkan tanpa memberikan alasan yang minimal bisa diterima oleh rasio dan realistik. Dengan penelitian ini diharapkan adanya respon, saran dan kritik yang membekali peneliti dalam kedewasaan.

H. Hipotesis

Hipotesis diajukan dalam bentuk pertanyaan sementara terhadap hasil penelitian.¹⁰ Hipotesis terdiri dari dua macam :

1. Hipotesis kerja atau disebut dengan hipotesis alternatif disingkat (H_a) yaitu hipotesis yang didalamnya berisi ide-ide atau tanggapan mengenai langkah-langkah yang kemudian mungkin bermanfaat untuk dilakukan. Hipotesis kerja ini menyatakan adanya hubungan antara variabel x dan variabel y atau adanya perbedaan antara dua kelompok.
2. Hipotesis nol (*null hypotheses*) disingkat (H_0) yaitu: hipotesis yang memberikan jawaban yang tepat mengenai persoalan penelitian dan memutuskan langkah yang akan menguji kebenaran tanggapan itu. Hipotesis ini sering juga disebut hipotesis statistik, yaitu diuji dengan perhitungan statistik. Oleh karena itu, hipotesis yang baik adalah hipotesis rumusnya mudah di pahami serta memuat paling tidak variabel-variabel permasalahan.

Maka dapat diuraikan sebagai berikut:

¹⁰Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: STAIN Jember Press, 2014), 62.

- a. **Ha:** Adanya pengaruh kualitas pelayanan dan label halal terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart.
- b. **Ho:** Tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan dan label halal terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart.

I. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara yang dipergunakan dalam penelitian untuk memecahkan masalah dan untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif di mana peneliti dapat menentukan hanya beberapa variabel dari objek yang diteliti kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Study Research*) yaitu pengamatan langsung kepada objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan.¹¹

2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.¹² Generalisasi adalah pemberlakuan hasil kesimpulan penelitian terhadap seluruh objek

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2008), 17.

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2012), 32.

berdasarkan data yang diperoleh dari sebagian objek terteliti yang menjadi wakil.¹³ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh desa Jombang.

Sedangkan Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi yang bersifat representif¹⁴. Agar pengambilan sampel tersebut benar-benar representif maka digunakan teknik *probability sampling* yaitu *ClusterSampling*, digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misal penduduk dari suatu negara. Untuk menentukan penduduk mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampel ditetapkan secara bertahap dari wilayah yang luas (negara) sampai ke wilayah terkecil (kabupaten). Setelah terpilih sampel terkecil, kemudian baru dipilih sampel secara acak. Teknik sampling daerah ini sering digunakan melalui dua tahap, yaitu tahap pertama menentukan sampel daerah, dan tahap berikutnya menentukan orang-orang yang ada pada daerah itu secara sampling juga.¹⁵ Sampel pada penelitian ini adalah konsumen sekitar alfamart yang terletak pada dusun Krajan I, Krajan II, Krajan III yang diambil secara acak oleh peneliti yang dianggap mewakili jumlah populasi. Untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus¹⁶, yaitu sebagai berikut:

¹³Mundir, *Statistik Pendidikan* (Jember: Pustaka Pelajar, 2013), 14.

¹⁴Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), 109.

¹⁵Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung: ALFABETA, 2013), 65.

¹⁶Julian Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), 151.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Populasi

e = Batas kesalahan

Dengan menggunakan nilai e sebesar 10% maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1200}{1 + 1200 \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{1200}{1 + 1200 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{1200}{13}$$

$$n = 92,30$$

3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dapat diuji kebenarannya dan sesuai dengan masalah yang diteliti secara lengkap maka digunakan teknik sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden

dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.¹⁷ Yang mana hal ini digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan label halal terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart atau tidak adanya pengaruh. Terdapat pengaruh secara parsial dalam faktor-faktor keputusan konsumen berbelanja atau tidak adanya pengaruh. Dan sekaligus faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja.

Teknik pengumpulan data yang diperlukan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan kepada orang-orang atau konsumen yang berbelanja pada ritel alfamart.

Tabel 1.2

Tingkat Prefensi Jawaban Kuesioner

Nilai (Skor)	Kategori
1	STS (Sangat Tidak Setuju)
2	TS (Tidak Setuju)
3	N (Netral)
4	S (Setuju)
5	SS (Sangat Setuju)

b. Observasi

Di dalam pengertian psikologik, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian

¹⁷ Julian Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), 139.

terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Jadi mengobservasi dapat dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba, dan pengecap. Apa yang dikatakan ini sebenarnya adalah pengamatan secara langsung. Didalam artian penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman, gambar, rekaman suara¹⁸.

c. Dokumenter

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya.¹⁹

Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mengambil data internal perusahaan seperti dokumentasi yang dimaksud di sini adalah peneliti mencari data atau dokumen mengenai hal-hal. Data yang dapat diperoleh dari metode ini yaitu:

- 1) Sejarah Berdirinya Alfamart.
- 2) Visi Misi Alfamart.
- 3) Struktur Kepegawaian Alfamart di desa Jombang.
- 4) Tugas dan Tanggung Jawab Store Crew..

4. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, Setelah semua data terkumpul secara lengkap dari lapangan, tahap berikutnya adalah analisis data.

Analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari

¹⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 199-200.

¹⁹ Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: ALFABETA, 2012), 142.

seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.²⁰ Adapun alat untuk analisis kuantitatif adalah sebagai berikut:

a. Uji asumsi klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linier bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisa data serta untuk menghindari kesalahan spesifikasi (*misspecification*) model regresi yang digunakan. Adapun pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi linear disebut juga dengan pengujian asumsi klasik yang terdiri dari Normalitas, Multikolonieritas, dan Heteroskedastisitas.²¹

1) Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya Multikolonieritas dengan melihat: (1). Nilai *tolerance* dan lawannya. (2). *Variance inflation factor*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang di jelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel

²⁰ibid., 147.

²¹Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20,0* (Bandung: ALFABETA, 2013), 56.

bebas lainnya. Nilai yang di rekomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem *multikolonieritas* adalah nilai *Tolerance* harus $> 0,10$ dan $VIF < 10$.²² Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* (karena $VIF=1/ tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang di pakai oleh nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* 10. Apabila terdapat variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan *VIF* kurang dari 10, maka dapat di simpulkan bahwa tidak ada mutikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah *Variance* dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berebeda ataukah ditetapkan. Jika *Variance* dari residual data sama disebut Homokedastisitas dan jika berebeda disebut Heteroskedastisitas atau tidak terjadi problem Heteroskedastisitas.²³

Untuk mengetahui ada tidaknya Heteroskedastisitas pada suatu model regresi, maka dapat dilihat pada *scatterplot model tersebut*.

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Titik-titik (data) menyebar di atas dan di sekitar angka 0.

²²Ibid., 63.

²³Ibid., 66.

- b) Titik-titik (data) tidak mengumpul hanya di bawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik (data) tidak boleh membentuk pola bergelombang melebarkemudian menyempit dan melebar kembali. Dan penyebaran titik-titik (data) sebaiknya tidak berpola.

3) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah usaha untuk menentukan apakah data variabel yang kita miliki mendekati populasi distribusi normal atau tidak.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual data dari model regresi linier memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang residual datanya berdistribusi normal. Jika residual data tidak distribusi normal maka kesimpulan statistik menjadi tidak valid atau bias.²⁴

Untuk mengetahui data normal atau tidak maka dapat di deteksi dengan melihat *normality probability plot*. Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Tetapi jika data (titik) menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

²⁴Ibid., 56.

b. Uji validitas dan Reliabilitas

Sebelum instrumen digunakan, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Valid adalah data yang diperoleh melalui kuesioner dapat menjawab penelitian. pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan program *SPSS versi 20 for windows*. Dengan kriteria instrumen dikatakan valid apabila pada masing-masing butir pertanyaan kurang dari 0,5.

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan dan konsisten kuesioner dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan hanya pada indikator-indikator konstruk yang telah melalui pengujian validitas, dan dinyatakan valid. Uji ini menggunakan program *SPSS versi 20 for windows*, dengan menggunakan ujistatistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60, walaupun nilai 0.60 – 0.70 masih dapat diterima.²⁵

Adapun kriteria indeks reliabilitas sebagai berikut:

< 0,200	: sangat rendah
0,200-0,399	: rendah
0,400-0,599	: sedang
0,600-0,799	: tinggi

²⁵Ibid., 46.

0,800-1,000 : sangat tinggi

Dengan kriteria di atas diambil koefisien reliabilitas adalah 0,60. Analisisnya dengan rumus *Cronbach Alpha* menggunakan program *SPSS versi 20 for windows*.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat dengan menentukan nilai Y (sebagai variabel dependen) dan untuk menaksir nilai-nilai yang berhubungan dengan X (sebagai variabel independen), dengan menggunakan rumus statistik atau model matematis.

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

Keterangan :

Y : keputusan pembelian

X₁ : kualitas layanan

X₂ : label halal

a : harga konstan (harga Y ketika harga X=0)

b₁,b₂ : koefisien regresi

e : error

d. Pengujian Terhadap Regresi Parsial (uji t)

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk membandingkan rata-rata dua populasi dengan data yang berskala interval.

Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1) Menentukan formulasi hipotesis

a) $H_0 : b_1 : b_2 = 0$. Artinya, variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

b) $H_a : b_1 : b_2 \neq 0$. Artinya, variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

2) Menentukan derajat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) dari t_{hitung} dan

t_{tabel} .

3) Menentukan t hitung

$$t = \frac{b_1 \cdot B_1}{Sb_1}$$

Keterangan :

b : koefisien regresi

B : mewakili nilai B tertentu, sesuai hipotesisnya

S : simpangan baku koefisien regresi b

i : 1,2,3,.....

4) Menentukan t tabel (diambil dari hasil tabel distribusi t pada $\alpha = 5\%$).

5) Membuat kesimpulan

a) Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, menyatakan bahwa variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

- b) Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, menyatakan bahwa variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

e. Pengujian Terhadap Regresi Simultan (uji f)

Pada regresi berganda yakni regresi yang variabel bebasnya lebih dari satu, pengujian tidak hanya dilakukan pada koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas, namun juga perlu dilakukan pengujian secara simultan (bersama-sama). Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dapat dilakukan dengan uji F^{26} .

Variabel independen yaitu penetapan kualitas pelayanan (X_1), dan label halal (X_2) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu keputusan berbelanja (Y) di waralaba.

Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut :

1) Menentukan formulasi hipotesis

- a) $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$. Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b) $H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$. Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

²⁶Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran* (Malang: UMM Press, 2004), 179.

2) Menentukan derajat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$) dari F_{hitung} dan F_{tabel} .

3) Menentukan F hitung

$$F = \frac{R^2 (n-k-1)}{k (1-R^2)}$$

keterangan :

r^2 : koefisien korelasi berganda

k : jumlah variabel bebas

n : jumlah anggota sampel

4) Menentukan F tabel pada $\alpha = 5\%$ dengan tingkat keyakinan 95%.

5) Membuat kesimpulan

a) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

b) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

f. Uji Koefisien Determinasi r^2

Bahwa r^2 adalah koefisien determinasi yakni suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari Y (variabel terikat) dari suatu persamaan regresi.

Nilai koefisien determinasi yang besar menunjukkan bahwa regresi tersebut mampu dijelaskan secara besar pula. Nilai koefisien determinasi (r^2) dalam regresi berganda dapat diperoleh dengan formulasi sebagai berikut :

$$r^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2 - \frac{(\sum_{i=1}^n y_i)^2}{n}}{\sum_{i=1}^n y_i^2 - \frac{(\sum_{i=1}^n y_i)^2}{n}}$$

g. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan ini akan dijelaskan kerangka pemikir yang digunakan dalam menyusun skripsi ini, sehingga dapat dipelajari dan dipahami oleh pembaca. Adapun sistematika pembahasan ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Yang terdiri dari 9 sub yaitu: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian.

BAB II: PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dipaparkan kajian kepustakaan serta literatur yang berhubungan dengan skripsi. Penelitian terdahulu yang mencantumkan penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya. Dilanjutkan dengan kajian teori yang memuat “ Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan dan Label Halal” serta dalam “ Keputusan berbelanja” fungsi dari bab ini adalah sebagai landasan teori pada bab berikutnya guna menganalisa data yang diperoleh dari penelitian.

BAB III : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini menguraikan tentang gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, pembahasan.

BAB IV: PENUTUP

Berupa penutup yang terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran. Kemudian dicantumkan daftar kepustakaan dan lampiran-lampiran.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Peneliti pada bagian ini, mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasan, baik penelitian yang sudah dipublikasikan dipublikasikan atau belum terpublikasikan. Dengan melakukan langkah ini, maka dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.²⁷ Adapun penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Syariful Badriyah ²⁸ Mahasiswa Jurusan Syariah Prodi Muamalah	a. Meneliti tentang keputusan pembelian b. Metodologi penelitian menggunakan	a. Variabel bebas yang menggunakan bauran promosi	Koefisien R ² sebesar 0,77 berarti variasi variabel iklan, promosi, penjualan, personal selling dan publisitas sebesar 7,7% sedangkan sisanya

²⁷Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Jember: STAIN Jember Press, 2014), 39.

²⁸Syariful Badriyah. 2013. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Promosi Studi Kasus Mahasiswa STAIN Jember*, Tahun (Angkatan 2009).

	STAIN Jember <i>Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Promosi Studi Kasus Mahasiswa STAIN Jember Tahun Angkatan 2009.</i>	an pendekatan kuantitatif, dengan rumus regresi linier berganda		sebesar 93,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi uji F hitung (2.19) > F tabel (2,33) bararti iklan, promosi penjualan, personal selling, dan publisitas sedikit pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
2.	Novia Sonita Hajar Wati ²⁹ Maha	a. Meneliti tentang kualitas pelayanan	a. Variabel bebas yang mengguna	Angka <i>Adjust R square</i> 0,479 menunjukkan bahwa 47,9% variasi kepuasan pelanggan

²⁹Novia Sonita Hajar Wati. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan (Studi Kasus Pada Air Minum Dalam Kemasan Al-Qodiri).*

<p>siswa Jurusan Syariah prodi Muamalah STAIN Jember <i>Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan (Studi Pada Air Minum Dalam</i></p>	<p>b. Metodolofi penelitian menggunakan an pendekatan kuantitatif, dengan rumus regresi linier berganda</p>	<p>kan kepuasan pelanggan</p>	<p>dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 52,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang tidak diteliti.</p>
---	---	---------------------------------------	--

	<i>Kemasan Al-Qodiri).</i>			
3.	Khoirotin Nisak ³⁰ Mahasiswa Jurusan Syariah Prodi Muamalah STAIN Jember <i>Pengaruh label Halal Terhadap Keputusan Pembelian produk Makanan Dalam Kemasan Pada</i>	a. Meneliti tentang label halal dan keputusan pembelian b. Metodologi menggunakan pendekatan kuantitatif	a. Dengan rumus persamaan regresi sederhana	Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,165 dapat diartikan bahwa variabel keputusan pembelian mampu di pengaruhi oleh variabel label halal dengan nilai sebsar 16,5% dan sisanya yaitu sebesar 83,5% berasal dari faktor-faktor lain yang mana dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

³⁰Khoirotin Nisak. 2014. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Jurusan Syariah Prodi Muamalah STAIN Jember.*

<i>Mahasiswa</i>			
<i>Jurusan</i>			
<i>Syariah</i>			
<i>prodi</i>			
<i>Muamalah</i>			
<i>STAIN</i>			
<i>Jember.</i>			

B. Kajian Teori

a. Kualitas Pelayanan

1) Pengertian Pelayanan(*Service*)

Pelayanan (*Service*) menurut Kotler (1996;578) yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Sedangkan menurut Lovelock (1988 : 229) kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen³¹.

Kualiatas berarti sesuatu yang sesuai dengan standar hal ini seperti yang dikemukakan oleh ISO 8402 bahwa kualitas merupakan totalitas dari suatu karakteristik pelayanan yang sesuai dengan persyaratan atau standar.

³¹Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 88.

Ada beberapa dimensi layanan yang harus dimiliki oleh lembaga-lembaga yang bergerak dalam bidang jasa, yaitu:

a) Bukti fisik (*tangibles*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Bukti fisik dalam perusahaan merupakan penampilan kantor dan karyawan, kemampuan sarana dan prasarana fisik yang diberikan perusahaan ke pihak luar. Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan serta penampilan pegawainya.

a) Keandalan (*reliability*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi yang tinggi.

b) Daya Tanggap (*responsiveness*)

Merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan melalui penyampaian informasi yang jelas, serta didukung oleh adanya keinginan para staf dan karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

c) Jaminan (*assurance*)

Kemampuan pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

d) Empati (*emphaty*)

Merupakan perhatian yang tulus sifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa, memahami keinginan konsumen, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan³².

Lebih lanjut, dimensi layanan ini jika dijabarkan lagi secara terperinci mencakup:

1. Reliabilitas

Pelanggan akan menilai reabilitas berdasarkan sejauh mana perusahaan jasa memberikan layanan yang konsisten sesuai yang dijanjikan. Sebagai contoh jika perusahaan menyatakan bahwa jam buka layanan, antara jam 06.00-23.00 WIB. Layanan akan dinilai reliabel oleh pelanggan jika setiap harinya pada waktu jam kerja secara konsisten pada pukul tersebut tetap memberikan pelayanan. Dibuka pada jam 06.00

³²Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 122.

WIB seperti yang sudah diumumkan dan ditutup pada jam yang ditentukan (pukul 23.00 WIB).

2. Daya tanggap (ketanggapan)

Pelanggan akan menilai kualitas layanan dari kecepatan pegawai dalam menanggapi dan menindaklanjuti keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.

3. Kompetensi

Pelanggan akan menilai kualitas pelayanan dari aspek kompetensi para pegawai yang menangani layanan kepada pelanggan. Kompetensi dinilai dari kemampuan petugas dalam menguasai produk dan jasa yang ditawarkan, prosedur, intruksi kerja dan kebijaksanaan terkait.

4. Akses

Jika perusahaan jasa memberikan kemudahan kepada nasabah atau anggotanya untuk mendekatkan lokasinya dengan pelanggan, sehingga pelanggan mendapatkan kemudahan untuk berhubungan dengan perusahaan, maka pelanggan akan menilai memperoleh kemudahan dalam mengakses dan memanfaatkan layanan jasa yang ditawarkan. Adanya kemudahan dalam mengakses ini akan dinilai sebagai bagian penting dari layanan yang bermutu.

5. Kesopanan

Setiap pelanggan, pasti akan sangat senang jika dilayani dengan sopan sesuai dengan tata krama yang berlaku di masyarakat. Oleh karena itu, sopan santun karyawan menjadi salah satu bagian yang dinilai oleh pelanggan dan menjadi bagian dari kualitas jasa.

6. Kemampuan komunikasi

Kemampuan pegawai yang berhubungan langsung dengan pelanggan menjadi salah satu penilaian nasabah dan masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Pelanggan akan merasa tidak puas dan memberikan penilaian yang buruk, jika ketika menanyakan sesuatu yang terkait dengan jasa yang ditawarkan, informasinya tidak lengkap, tidak tepat atau salah atau cara berkomunikasi tidak tepat.

7. Kredibilitas

Kredibilitas pegawai merupakan hal yang penting yang dinilai oleh pelanggan. Kredibilitas ini selain terkait dengan faktor kejujuran juga terkait dengan hal-hal sifatnya psikologis yang mengarah pada munculnya kepercayaan dan keterkaitan pelanggan pada jasa yang ditawarkan.

8. Keamanan

Keamanan merupakan unsur penting yang dipertimbangkan pelanggan.

9. Faktor berwujud dan fasilitas fisik lainnya

Lokasi, kondisi tempat, ruangan, tempat parkir serta sarana fisik yang ada menjadi faktor yang mempertimbangkan dalam menilai kualitas layanan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan, dan memenuhi pesanan konsumen serta untuk menindaklanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

b. Label Halal

1) Label

Label adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Berisikan keterangan mengenai pangan yang bersangkutan³³. Keterangan sebagaimana dimaksud adalah:

- a) Nama produk
- b) Daftar bahan yang digunakan
- c) Berat bersih atau isi bersih
- d) Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.
- e) Tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa.

³³Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal* (Jakarta: Departemen Agama, 2003), 429-430.

Label pangan adalah: setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah ini disebut label³⁴.

2) Halal

Dalam ajaran (hukum) Islam, halal merupakan persoalan sangat penting, karena setiap muslim yang akan melakukan atau menggunakan sesuatu, terlebih lagi mengkonsumsi sesuatu sangat diuntut oleh agama untuk memastikan terlebih dahulu kehalalannya.³⁵ Halal adalah sesuatu yang jika digunakan tidak mengakibatkan mendapat siksa (dosa). Secara umum pengertian halal ialah perkara atau perbuatan yang dibolehkan, diizinkan, atau dibenarkan syariat Islam.³⁶

Dengan demikian, jelas bahwa menurut ajaran Islam, mengkonsumsi yang halal, suci, dan baik (*thoyyib*) merupakan perintah agama dan hukumnya wajib. Hal ini sangat jelas dalam Al-Quran terdapat banyak ayat yang memerintahkan hal tersebut, antara lain:³⁷

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن
كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

³⁴Ibid, 427.

³⁵Sofyan Hasan, *Sertifikasi halal Dalalm Hukum Positif Regulasi Dan Implementasi Di Indonesia* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 136.

³⁶Ibid., 138.

³⁷Ibid., 137.

Artinya :“ *Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antararezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah* “.

Majelis Ulama Indonesia merupakan sebuah wadah yang didalamnya terhimpun para ulama, zu'ama dan cendekiawan muslim Indonesia. Berasaskan Islam dan bertujuan mewujudkan masyarakat yang berkualitas, dan negara yang aman, damai, adil dan makmur rohaniyah dan jasmaniah yang diridlai Allah SWT³⁸.

Adapun syarat-syarat produk makanan halal menurut syariat Islam antara lain sebagai berikut :

- a) Halal Zatnya artinya halal dari hukum asalnya
- b) Halal cara memperolehnya
- c) Halal dalam memprosesnya
- d) Halal dalam penyimpanannya
- e) Halal dalam penangkutannya
- f) Halal dalam penyajiannya³⁹.

Produk halal adalah: produk pangan, obat, kosmetik, dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram atau dilarang untuk dikonsumsi, digunakan, atau dipakai umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan bantu, dan bahan penolong lainnya yang termasuk bahan produksi yang diolah

³⁸Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif Regulasi Dan Implementasi Di Indonesia* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 176.

³⁹Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Penyelenggaraan Haji, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia*, 17.

melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syari'at Islam⁴⁰.

3) Labelisasi Halal

Labelling atau labelisasi adalah pemberian label, labelisasi adalah kata yang berasal dari bahasa inggris "label" yang berarti "nama" atau "memberi nama". Labelling atau labelisasi adalah pemberian label.

Labelisasi halal adalah perizinan pemasangan kata halal⁴¹ pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikat halal MUI. Sertifikat MUI dikeluarkan oleh MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LP POM MUI. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) adalah lembaga yang bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk-produk baik pangan dan turunannya, obat-obatan dan kosmetika apakah aman di konsumsi baik dari sisi kesehatan dan dari sisi agama Islam (yakni halal dan baik untuk dikonsumsi bagi umat islam) khususnya diwilayah Indonesia, memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada masyarakat⁴².

⁴⁰Ibid., 131.

⁴¹Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2013), 113.

⁴²Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif Regulasi Dan Implementasi Di Indonesia*, 187-188.

Pengaturan penggunaan produk halal di Indonesia, memiliki dua hal yang saling terkait, sertifikasi dan labelisasi halal. Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syari'at Islam melalui pemeriksaan yang terperinci oleh LP POM MUI, sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (Badan POM).

Kehalalan atau keharaman makanan olahan sangat tergantung pada bahan (baku, tambahan atau penolong) dan proses produksinya. Adapun aspek yang menjadi tinjauan dalam labelisasi halal, yaitu:

a) Proses pembuatan

Proses pembuatan atau proses produksi perusahaan yang sudah menggunakan label halal hendaknya harus tetap menjaga hal-hal sebagai berikut:

1. Binatang yang hendak dibersihkan, binatang yang sudah mati setelah disembelih.
2. Bahan campuran yang digunakan dalam proses produksi tidak terbuat dari barang-barang atau bahan yang haram dan turunannya.
3. Air yang digunakan untuk membersihkan bahan hendaklah air mutlak atau bersih dan mengalir.
4. Dalam proses produksi tidak tercampur atau berdekatan dengan barang atau bahan yang najis atau haram.

b) Bahan Baku Utama

Bahan baku produksi adalah bahan utama yang digunakan dalam kegiatan proses produksi, baik berupa bahan baku, bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Sedangkan bahan tambahan produk adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses produksi.⁴³

c) Bahan Pembantu

Bahan pembantu atau bahan penolong adalah bahan yang tidak termasuk dalam kategori bahan baku ataupun bahan tambahan yang berfungsi untuk membantu mempercepat atau memperlambat proses produksi termasuk rekayasa.

Demikian aspek yang menjadi tinjauan dalam labelisasi halal, untuk langkah selanjutnya pengetahuan konsumenlah yang akan menentukan apakah diragukan kehalalannya atau tidak, jika ragu-ragu untuk mengkonsumsinya, sikap yang terbaik adalah tidak membeli produk yang diragukan kehalalannya.

c. Keputusan Konsumen

Pengambilan keputusan pada dasarnya memilih alternatif terbaik dari serangkaian alternatif keputusan. Proses pengambilan keputusan di mulai dari identifikasi masalah, analisis lingkungan, mengembangkan alternatif

⁴³Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal* (Jakarta: Departemen Agama, 2003), 133.

keputusan, memilih alternatif terbaik, implementasi, dan monitor pelaksanaan keputusan tersebut.

Hal lain dari aktivitas ekonomi yang menunjang kegiatan konsumsi adalah ketika seseorang mengambil keputusan untuk membeli suatu produk makanan. Pada saat memutuskan pembelian, konsumen akan memilih suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Setelah itu konsumen akan mencari informasi tentang produk tersebut, sehingga akan terbentuk keputusan pembelian suatu produk.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah berbeda-beda untuk masing-masing pembeli, tujuan konsumen ketika membeli suatu produk adalah mencari kepuasan tertinggi. Penentuan barang atau produk untuk dikonsumsi didasarkan pada kriteria kepuasan.

Batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Sepanjang terdapat anggaran untuk membeli barang atau produk, maka dikonsumsi barang tersebut. Dengan kata lain, sepanjang dia memiliki pendapatan, maka tidak ada yang bisa menghalanginya untuk mengonsumsi barang yang diinginkan. Sikap seperti ini jelas akan menafikkan aspek kehalalan suatu produk yang akan dibeli.

1) Faktor-faktor Utama yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Pada dasarnya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang terjadi pada setiap manusia hampir sama, yaitu:

a) Faktor Budaya

1. Kebudayaan

Kebudayaan ini sifatnya sangat luas, dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. Kebudayaan merupakan penentu paling mendasar pada keinginan dan perilaku manusia.

2. Subbudaya (Subkultur) Agama

Budaya merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar yang terdiri dari sekumpulan nilai persepsi dan perilaku. Kebudayaan yang berkembang di masyarakat merefleksikan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat itu sendiri.

Budaya bersama dengan unsur-unsur lain dari lingkungan memberi dampak pada semua tahap pengambilan keputusan konsumen. Setiap budaya terdiri dari subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi para anggotanya. Subbudaya mencakup kebangsaan, agama⁴⁴, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak subbudaya membentuk segmen pasar yang penting dan para pemasar kerap kali merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

Islam sebagai subbudaya, para anggota dari semua kelompok agama cenderung membuat keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh identitas keagamaan mereka. Pada umumnya perilaku konsumen secara langsung dipengaruhi

⁴⁴Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), 114.

agama dalam hal pemilihan dan pembelian produk . ada 4 dimensi penentu pembelian produk halal, dimensi tersebut adalah:

- a. Konsep pemasaran: reaksi konsumen terhadap strategi pemasaran memiliki dampak besar pada keberhasilan perusahaan.
- b. Kesadaran: munculnya kesadaran diantara konsumen muslim tentang kehalalan produk untuk menghindari penggunaan produk yang terdiri dari zat alkohol, lemak babi, dan hala-hal yang tidak halal dalam suatu produk.
- c. Sertifikasi halal: proses untuk memperoleh sertifikasi halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi memenuhi standar LPPOM-MUI yang mana setelah dikeluarkannya sertifikasi halal akan ada pencantuman label halal.
- d. Agama: memainkan peran penting dalam mempengaruhi sikap dan perilaku serta keputusan pembelian konsumen.

3. Kelas sosial

semua masyarakat manusia menunjukkan stratifikasi sosial. Stratifikasi kadang-kadang berupa sistem, kasta dan yang lebih sering adalah stratifikasi dalam bentuk kelas sosial.

b) Faktor sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti:

1. Kelompok acuan : kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
2. Keluarga: keluarga merupakan pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti secara ekstensif. Para pemasar tertarik dengan peran dan pengaruh relatif dari suami, istri, dan anak-anak dalam pembelian berbagai macam produk dan jasa.
3. Peran dan status: peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dilakukan seseorang sesuai dengan orang-orang disekitarnya. Masing-masing peran membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan kepadanya oleh masyarakat.

c) Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

1. Usia dan tahap siklus hidup: orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Mereka makan makanan bayi saat balita, makan hampir semua jenis makanan pada masa

pertumbuhan dan dewasa, dan makan makanan diet khusus pada masa tua. Selera orang akan pakaian, perabot mebel, dan rekreasi juga berhubungan dengan usia. Konsumsi juga dipengaruhi oleh tahap-tahap dalam siklus hidup keluarga. Para pemasar sering memilih kelompok siklus hidup sebagai pasar sasaran mereka.

2. Pekerjaan: pekerjaan mereka juga memengaruhi pola konsumsinya.
3. Kondisi ekonomi: pilihan produk sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi seseorang. Kondisi ekonomi meliputi pendapatan yang bisa dibelanjakan, tabungan dan kekayaan, utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap belanja versus menabung.
4. Gaya hidup: gaya hidup berpengaruh lebih kuat terhadap kebutuhan dan sikap dalam membeli suatu produk dari pada tingkat sosial dan kepribadian. Karena itu, gaya hidup merupakan penentu utama dalam proses konsumsi. Gaya hidup seringkali dimanfaatkan oleh produsen berkenaan dengan bidang kehidupan konsumen tertentu.
5. Kepribadian dan konsep diri: kepribadian dan konsep diri setiap orang yang berbeda-beda mempengaruhi perilaku pembeliannya.

d) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

1. Motivasi: seseorang memiliki banyak kebutuhan pada setiap waktu tertentu. Sebagian kebutuhan bersifat biogenik. Kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan tensi/ketegangan seperti rasa lapar, haus, tidak senang. Kebutuhan yang lain bersifat psikogenik. Kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan tensi seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa kepemilikan.
2. Persepsi: proses pemilihan, penyusunan, dan penafsiran informasi untuk mendapatkan arti.
3. Pembelajaran: terkait erat dengan pengalaman dan keyakinan, konsumen mendapatkan proses pembelajaran saat ia memiliki pengalaman-pengalaman tertentu dengan sebuah produk⁴⁵.

Keyakinan dan sikap: melalui bertindak dan belajar, orang-orang memperoleh keyakinan dan sikap. Kedua faktor ini kemudian memengaruhi perilaku pembelian mereka⁴⁶.

⁴⁵M. Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), 62.

⁴⁶Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, 122.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Alfamart

Alfamart adalah sebuah brand minimarket penyediaan kebutuhan sehari-hari oleh PT.sumber alfaria trijaya.tbk pada tahun 1989 merupakan awal berdirinya alfamart dengan mulainya usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT.HM Sampoerna pada Desember 1989. Pada tahun 1994 struktur kepemilikan berubah menjadi (70%) dimiliki oleh PT.HM Sampoerna tbk dan (30%) dimiliki oleh PT.Sigmantara alfindo (keluarga djoko susanto).

PT.Alfa minimart utama (amu) didirikan pada tanggal 27 Juli 1999, dengan pemegang saham PT.Alfa retailindo tbk sebesar (51%) dan PT.Lancar distrindo sebesar (49%), PT.Alfa minimart utama (amu) ini kemudian membuka alfa minimart pada tanggal 18 Oktober 1999 beralokasi jalan beringin raya, karawaci, tanggerang.⁴⁷

Pada tanggal 27 Juli 2002, PT.HM Sampoerna tbk secara resmi merestrukturisasi kepemilikannya sahamnya di PT.Alfa retailindo yang semula (54.40%) dikurangi menjadi (23.4%) disisi lain, perusahaan rokok

⁴⁷erwinpurwindiyanto.com/2012/12/pt-sumber-alfaria-trijaya-tbk.html?m=1, (20 Februari 2016).

terbesar kedua di Indonesia akan mulai menggarap serius pasar minimarket yang selama ini belum tergarap melalui alfa.

Pada tanggal 1 Agustus 2002, kepemilikan beralih ke PT. Sumber Alfaria trijaya dengan pemegang saham PT.HM Sampoerna Tbk sebesar (70%) dan Sigmantara Alfindo sebesar (30%) kemudian nama Alfa Minimart diganti menjadi Alfamart pada 1 Januari 2003. Pada tahun 2005 jumlah gerai Alfamart bertumbuh pesat menjadi 1.293 gerai hanya dalam 6 tahun semua toko berada di pulau Jawa.

Awal tahun 2006 PT.HM Sampoerna Tbk menjual sahamnya, sehingga struktur kepemilikan menjadi PT. Sigmantara Alfindo (60%) dan PT. Cakrawala Mulia Prima (40%) mendapat sertifikat ISO 9001:2000 untuk sistem manajemen mutu.

Pertengahan 2007 Alfamart, sebagai jaringan minimarket pertama di Indonesia yang memperoleh sertifikat ISO 9001:2000 untuk sistem manajemen mutu. Jumlah gerai mencapai 2000 toko dan telah memasuki pasar Lampung.

Awal 2009 menjadi perusahaan publik tanggal 15 Januari 2009 di bursa efek Indonesia disertai dengan penambahan jumlah gerai mencapai 3000 toko dan juga memasuki pasar Bali.

2. Visi, Misi dan Budaya Alfamart

Visi : menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan

pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.

Misi : 1). Memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.

2).Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tertinggi.

3).Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuh-kembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.

4). Membangun organisasi global yang terpercaya, tersehat dan terus betumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

Budaya : 1). Integritas yang tinggi.

2). Inovasi untuk kemajuan yang baik.

3). Kualitas & Produktivitas yang tertinggi.

4). Kerjasama Team.

5). Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang tertinggi.

Penghargaan yang diterima antara lain:

- 1) Menerima penghargaan MURI (Museum Rekor Indonesia) sebagai jaringan Minimarket pertama di Indonesia to yang meraih sertifikat ISO 9001:2000 untuk “*Quality Management System*”.
- 2) Menerima penghargaan TOP Brand 2011 dari Frontier Consulting Group dan Majalah Marketing.
- 3) *The 50 Top Companies for 2012* dari Forbes Indonesia.
- 4) Rekor Bisnis Seputar Indonesia 2013 sebagai minimarket dengan pertumbuhan tercepat dari Koran Sindo dan Tera Foundation.⁴⁸

3. Struktur Kepegawaian Alfamart Di Jombang

Adapun struktur organisasi kepegawaian Alfamart di Jombang (terlampir).

4. Tugas dan Tanggung Jawab Store Crew

- 1) Memberikan pelayanan kepada pelanggan
- 2) Melaksanakan kebersihan
- 3) Mempersiapkan sarana kerja yang disiapkan
- 4) Melakukan dan pengawasan dan pencegahan barang-barang hilang
- 5) Menerima penitipan barang
- 6) Penurunan dan pengecekan datang barang dari DC
- 7) Pemajangan barang (*Dispaly*) dan pemenuhan dari gudang toko ke area penjualan⁴⁹

⁴⁸ www.qerja.com/company/view/sumber-alfaria-trijaya-tbk-pt, (20 Februari 2016).

- 8) Persiapan retur barang
- 9) Informasi dan penawaran program promosi
- 10) Pengecekan barang
- 11) *Stock opename*

B. Penyajian Data

1. Analisis Data

a) Deskriptif Variabel

Pada penelitian ini akan dijelaskan secara deskriptif hasil dari penelitian kualitas pelayanan dan label halal terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart dengan pernyataan responden sebagai berikut:

- 1) Sangat Setuju (SS) di beri skor 5
- 2) Setuju (S) diberi skor 4
- 3) Ragu-ragu (RR) diberi skor 3
- 4) Tidak setuju (TS) diberi skor 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

(1) Kualitas Pelayanan sebagai Variabel X_1

Tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada ritel alfamart di Jombang.

⁴⁹Tarsonosatbangunusa.blogspot.com/2014/09/makalah-alfamart.html?m=1, (20 Februari 2016).

Tabel 3.1
Pendapat responden terhadap variabel X₁

PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS	TOTAL
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	
1	47	45	-	-	-	92
2	21	71	-	-	-	92
3	45	47	-	-	-	92
4	15	35	33	9	-	92
5	10	39	35	8	-	92
6	14	41	33	4	-	92
7	14	45	21	12	-	92
8	15	27	36	14	-	92
9	11	31	50	-	-	92
10	6	24	32	24	6	92
11	-	41	33	18	-	92
12	-	4	39	27	22	92

Sumber: data diolah

(2) Label Halal sebagai Variabel X₂

Tanggapan konsumen terhadap label halal pada ritel alfamart di Jombang.

Tabel 3.2
Pendapat responden terhadap variabel X₂

PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS	TOTAL
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	
1	9	8	75	-	-	92
2	5	39	48	-	-	92
3	5	57	30	-	-	92
4	1	44	28	19	-	92
5	-	64	16	12	-	92
6	5	10	62	15	-	92

Sumber: data diolah

(3) Keputusan Konsumen sebagai Variabel Y

Tanggapan konsumen terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang.

Tabel 3.3
Pendapat responden terhadap variabel Y

PERTANYAAN	SS	S	RR	TS	STS	TOTAL
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	
1	11	79	2	-	-	92
2	27	26	14	25	-	92
3	5	57	30	-	-	92

4	2	34	7	49	-	92
5	7	27	40	18	-	92
6	1	68	21	2	-	92
7	17	72	3	-	-	92
8	19	71	2	-	-	92

Sumber: data diolah

C. Analisis Dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Kriteria pengujian Multikolonieritas diukur berdasarkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* sebesar kurang dari 0.10. berikut hasil Uji Multikolonieritas yang di bantu SPSS:

Tabel 3.4

Uji Multikolonieritas

MODEL	COLLINEARITY STATISTICS	
	TOLERANCE	VIF
X1	0.972	1.028
X2	0.972	1.028
Y	0.972	1.028

Sumber: sumber olahan hasil SPSS (terlampir)

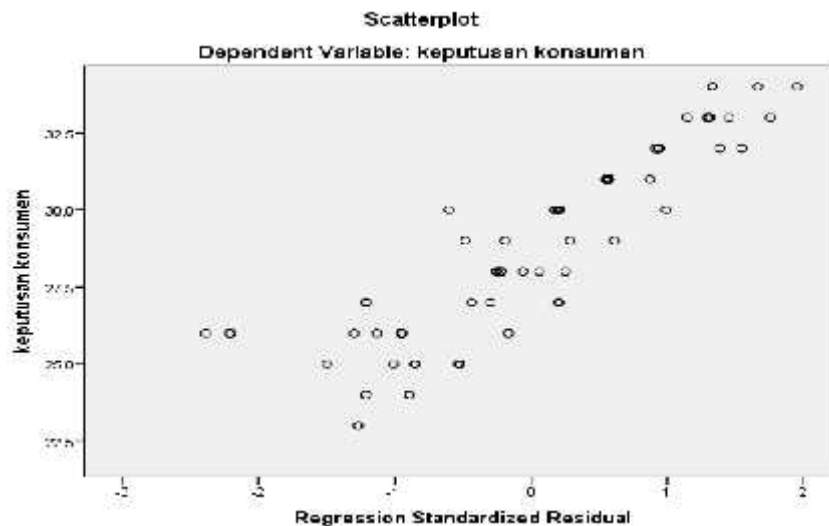
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tidak ada korelasi antar variabel bebas. Hasil perhitungan nilai *Tolerance* semua variabel bebas di atas 0.10 dan nilai VIF juga menunjukkan tidak ada satu variabel bebas yang memiliki nilai VIF di atas 10. Jadi dapat di simpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah *Variance* dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda atakuh ditetapkan. Berdasarkan pada kriteria pada Uji Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan sumbu Y. Maka tidak terjadi Heteroskedastisitas, berikut hasil Uji Heteroskedastisitas melalui SPSS:

IAIN JEMBER

Gambar 3.1
Uji Heteroskedastisitas



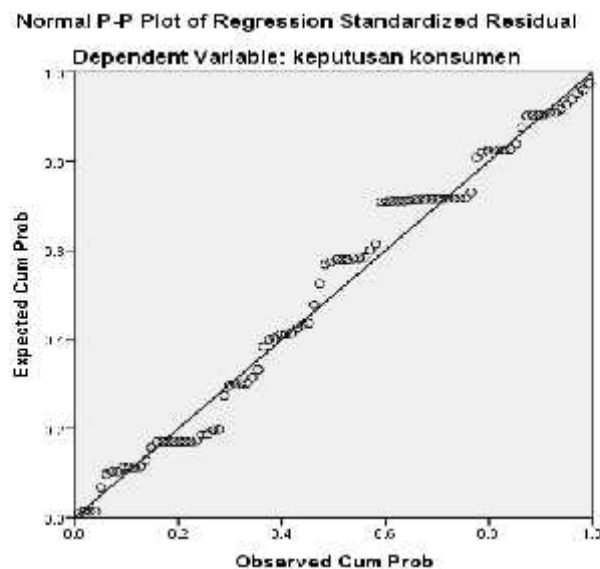
Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul baik di atas maupun di bawah angka 0 dan sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual data dari model regresi linier memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah yang residual datanya berdistribusi normal. Untuk mengetahui kriterianya dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan *ploting* data akan dibandingkan dengan garis

diagonal. Berikut hasil Uji Normalitas dengan dibantu SPSS sebagai berikut:

Gambar 3.2
Uji Normalitas



Berdasarkan grafik *normal probability plot* di atas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi layak di pakai karena memenuhi normalitas.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Valid adalah data yang diperoleh melalui kuesioner dapat menjawab tujuan penelitian. Dengan menggunakan program *SPSS for Windows*. Dengan kriteria instrumen dikatakan valid apabila pada masing-masing butir pertanyaan kurang dari 0.5. untuk melihat uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat tabel di bawah ini:

Tabel 3.5
Hasil uji validitas instrumen penelitian

BUTIR PERTANYAAN	R	SIG	KETERANGAN
X1			
X1.1	0.327	0.001	VALID
X1.2	0.141	0.179	VALID
X1.3	0.160	0.127	VALID
X1.4	0.163	0.120	VALID
X1.5	0.493	0.000	VALID
X1.6	0.558	0.000	VALID
X1.7	0.624	0.000	VALID
X1.8	0.691	0.000	VALID
X1.9	0.725	0.000	VALID
X1.10	0.346	0.001	VALID
X1.11	0.180	0.086	VALID
X1.12	0.121	0.249	VALID
X2			
X2.1	0.524	0.000	VALID
X2.2	0.826	0.000	VALID
X2.3	0.847	0.000	VALID
X2.4	0.887	0.000	VALID
X2.5	0.803	0.000	VALID
X2.6	0.837	0.000	VALID
Y			
Y1	0.311	0.003	VALID

Y2	0.598	0.000	VALID
Y3	0.269	0.009	VALID
Y4	0.738	0.000	VALID
Y5	0.408	0.000	VALID
Y6	0.635	0.000	VALID
Y7	0.555	0.000	VALID
Y8	0.544	0.000	VALID

Sumber: hasil SPSS yang telah di kelola

Maka dari rekapitulasi hasil uji validitas di atas dapat disimpulkan bahwa hasil dari kuesioner menghasilkan data yang valid. Untuk membuktikan kualitas dari angket, perlu dilakukan uji angket yaitu reliabilitas. Reliabel adalah data yang diperoleh melalui kuesioner hasilnya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji ini menggunakan program SPSS 20 *for windows*.

Dengan kriteria yang di ambil koefisien reliabilitas adalah 0.60. Maka di nyatakan suatu item pertanyaan dalam angket (*reliabel*) untuk dilanjutkan dalam pengolahan statistik jika memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0.60 (> 0.60). Analisis dengan rumus *cronbach alpha* menggunakan SPSS. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

IAIN JEMBER

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

ITEM	<i>Reliability Coeficient</i>	<i>ALPHA</i>	KETERANGAN
X1	13 item	0.660	Reliabel
X2	7 item	0.796	Reliabel
Y	9 item	0.695	Reliabel

Sumber: data SPSS yang telah dikelola

Dari hasil rekapitulasi uji reliabilitas di atas di ketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* > 0.60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari kuesioner adalah reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke jenjang berikutnya.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengaruh yang dapat di analisis antara kualitas pelayanan dan label halal terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart. Untuk menganalisis pengaruh ke empat variabel tersebut, maka digunakan perhitungan analisis statistik. Persamaan umum regresi linear berganda:

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

Keterangan:

Y : keputusan konsumen berbelanja

X₁ : kualitas pelayanan

X₂ : label halal

a : nilai konstan (harga Y ketika harga X=0)

b₁b₂ : koefisien regresi

e : error

Tabel 3.7
Hasil Uji regresi linear berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.668	3.693		5.326	.000
kualitas pelayanan	.009	.081	.010	.106	.916
label halal	.429	.091	.450	4.695	.000

a. Dependent Variable: keputusan konsumen

Sumber: data SPSS yang telah dikelola

Berdasarkan tabel di atas mengenai hasil estimasi regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS *for windows*. Dapat diketahui bahwa koefisien untuk variabel independen (X1, X2) adalah 0.009, 0.429 dan konstanta sebesar 19.668. dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 19.668 + 0.009X_1 + 0.429X_2$$

Dimana:

Y : variabel terikat Keputusan Konsumen Berbelanja

X1 : variabel bebas Kualitas Pelayanan

X2 : variabel bebas Label Halal

Hasil persamaan regresi berganda di atas memberikan pengertian:

- a. Nilai konstanta (Y) sebesar 19.668, artinya jika variabel independen kualitas pelayanan dan label halal konstanta pada nol, maka variabel dependen (Y) konstanta pada taraf 19.668.
- b. Koefisien regresi X1, X2 (kualitas pelayanan dan label halal) dari perhitungan linear berganda di dapat nilai *coefficients* (b) = 0.009, dan 0.429 ini mengindikasikan bahwa setiap ada satu peningkatan kualitas pelayanan dan label halal (X1, X2) maka peningkatan keputusan konsumen berbelanja (Y) juga akan meningkat sebesar 0.9% dan 42.9% dengan anggapan konstanta sebesar 19.668.

4. Uji Koefisien Determinasi R²

Pada intinya koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Koefisien determinasi tersebut ditunjukkan dengan nilai *adjusted R Square* pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.8
Uji koefisien determinasi R²

MODEL	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.452 ^a	.204	.186	2.728

Sumber: data hasil olahan SPSS terlampir

Besarnya prosentase variabel keputusan konsumen berbelanja mampu di jelaskan variabel bebas (koefisien determinasi) di tunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0.186. hal ini dapat di

artikan bahwa mampu di jelaskan dengan nilai sebesar $0.186 \times 100\% = 18.6\%$, sedangkan sisanya sebesar 81.4% dijelaskan variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

5. Uji Hipotesis

a. Uji hipotesis secara simultan (Uji f)

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Berikut hasil pengujian secara simultan yang proses penghitungannya di bantu oleh SPSS.

Tabel 3.9
Uji f

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	170.079	2	85.040	11.426	.000 ^b
Residual	662.399	89	7.443		
Total	832.478	91			

Sumber: dari data SPSS yang dikelola (terlampir)

Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

1. Menentukan formulasi hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan, dan label halal secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart.

H_a : Ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan, dan label halal secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart.

2. Menentukan derajat kepercayaan 5% ($\alpha = 0.05$) dari F_{hitung} dan F_{tabel}

3. Menentukan F_{hitung}

Berdasarkan tabel diperoleh F_{hitung} sebesar 11.426.

4. Menentukan F_{tabel} dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df_1 (jumlah variabel-1) = 2, dan df_2 ($n-k-1$) atau $92-2-1 = 89$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen), hasil di peroleh untuk F_{tabel} sebesar 3.098(dapat dicari di Ms Excel dengan cara pada cell kosong ketik =finv(0.05;2;89) lalu enter).

5. Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11.426 > 3.098$), maka H_0 ditolak.

6. Kesimpulan

Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11.426 > 3.098$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan, dan label halal secara-bersama-sama terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart.

b. Uji hipotesis secara parsial (Uji t)

Pada pengujian secara parsial ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan, dan label halal

(X1,X2) terhadap keputusan konsumen berbelanja (Y). Berikut hasil pengujian secara parsial yang proses penghitungannya di bantu oleh SPSS.

Tabel 3.10
Uji t

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(constan)	19.668	3.693		5.236	.000
X1	.009	.081	.010	.106	.916
X2	.429	.091	.450	4.695	.000

Sumber: dari data SPSS yang di kelola (terlampir)

Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis

Ho : secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, dan label halal dengan keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart.

Ha : secara parsial ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, dan label halal dengan keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan = 5%

3. Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel diperoleh X_1 t hitung sebesar 0.106 dan X_2 sebesar 4.695

4. Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $= 5\% : 2 = 2.5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $92-2-1 = 89$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0.025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1.986 (dapat dicari di Ms Excel dengan cara pada cell kosong ketik =tinv (0.05;89) lalu enter).

5. Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai X_1 t hitung $<$ t tabel ($0.106 < 1.986$) sedangkan nilai X_2 t hitung $>$ t tabel ($4.695 > 1.986$), maka H_0 ditolak.

6. Kesimpulan

Oleh karena nilai X_1 t hitung $<$ t tabel ($0.106 < 1.986$) dan nilai X_2 t hitung $>$ t tabel ($4.695 > 1,986$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan label halal dengan keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart.

D. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara simultan apakah variabel X1 dan X2 (*variabel independen*) kualitas pelayanan dan label halal berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan variabel Y (*variabel dependen*) keputusan konsumen berbelanja. Hal ini dapat dilihat pada tabel koefisien melalui pengujian hipotesis dan kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} yaitu $N = \text{jumlah sampel}$ 92 dengan $\alpha = 0.05$ di dapat F_{tabel} sebesar 3.098. maka dari hasil analisis SPSS di peroleh hasil dari variabel, dan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang. Dapat dibuktikan dengan hasil dibawah ini:

Berdasarkan hasil perhitungan uji F kualitas pelayanan dan label halal terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel waralaba dengan F_{hitung} sebesar 11.426 dengan signifikansi 0.000 dibandingkan dengan F_{tabel} dari $N = \text{jumlah sampel}$ 92 dengan derajat kebebasan $dk = n-k-1 = 89$ didapat F_{tabel} sebesar 3.098 dengan signifikansi 0,05. Maka memberi bukti empiris bahwa hipotesa yang diajukan peneliti tidak dapat ditolak. Dengan H_a berbunyi kualitas pelayanan dan label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang diterima. Dan H_o berbunyi kualitas pelayanan dan label halal tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di

Jombang ditolak. Sehingga pengujian F secara simultan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan label halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang.

2. Sedangkan secara parsial apakah variabel X1 dan X2 (*variabel independen*) kualitas pelayanan dan label halal berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan variabel Y (*variabel dependen*) keputusan konsumen berbelanja. Hal ini dapat dilihat pada tabel koefisien melalui pengujian hipotesis dan kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} yaitu $N =$ jumlah sampel 92 dengan $\alpha = 0.05$ didapat t_{tabel} sebesar 1,986. Maka dari hasil analisis SPSS diperoleh hasil dari variabel, dan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang. Dapat dibuktikan dengan hasil di bawah ini:

Berdasarkan hasil perhitungan uji t kualitas pelayanan dan label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart dengan nilai X1 t_{hitung} sebesar 0.106 dengan signifikansi 0.916 dan nilai X2 t_{hitung} sebesar 4.965 dengan signifikansi 0.000 dibandingkan dengan t_{tabel} dari $N =$ jumlah sampel 92 dengan derajat kebebasan $dk = n - k - 1 = 89$ didapat t_{tabel} sebesar 1.986 dengan signifikansi 0,025. Maka memberi bukti empiris bahwa hipotesa yang diajukan peneliti tidak dapat ditolak. Dengan H_a berbunyi kualitas pelayanan dan label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di

Jombang diterima. Dan H_0 berbunyi kualitas pelayanan dan label halal tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang ditolak. Sehingga pengujian t secara parsial dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan label halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang.

3. Berdasarkan hasil SPSS, faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang adalah variabel label halal (X_2). Terbukti bahwa label halal mempunyai nilai 0.492 dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai nilai 0.009. Dengan persamaan regresi linear berganda yaitu:

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

$$Y = 19.668 + 0.009X_1 + 0.492X_2$$

Memberikan pengertian bahwa nilai konstanta (Y) sebesar 19.668, artinya jika variabel independen kualitas pelayanan dan label halal konstanta pada nol, maka variabel dependen (Y) konstanta pada taraf 19.668.

Koefisien regresi X_1 dan X_2 (kualitas pelayanan dan label halal) dari perhitungan regresi linear berganda di dapat *coefficients* $b_1 = 0.009$ dan $b_2 = 0.492$. Dari nilai b_1 dan b_2 dapat mengindikasikan bahwa nilai b_2 lebih besar dari pada b_1 . Hal ini berarti bahwa label halal memiliki pengaruh paling tinggi dibandingkan dengan kualitas pelayanan.

Dari hasil analisa koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai *adjusted R Square* bahwa kualitas pelayanan dan label halal terhadap keputusan

konsumen berbelanja pada ritel alfamart dengan prosentase 18.6%, akan tetapi 81.4% dijelaskan variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Mengacu pada bab-bab sebelumnya yang menguraikan bagaimana kualitas pelayanan dan label halal terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jaombang. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesa F secara simultan bahwa kualitas pelayanan dan label halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang. Terbukti dengan $F_{hitung} 11.426 > F_{tabel} 3.098$ dengan signifikansi $0.000 < 0,05$. Maka memberi bukti empiris bahwa hipotesa yang diajukan peneliti tidak dapat ditolak. Dengan H_a berbunyi kualitas pelayanan dan label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang diterima. Dan H_o berbunyi kualitas pelayan dan label halal tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang ditolak.
2. Berdasarkan pengujian hipotesa t secara parsial bahwa kualitas pelayanan dan label halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang. Terbukti:
 - a. Kualitas pelayanan dengan nilai $t_{hitung} 0.106 < t_{tabel} 1.986$ dengan signifikansi $0.916 > 0.025$. Maka memberi bukti empiris bahwa

hipotesa yang di ajukan peneliti tidak dapat ditolak. Dengan H_a berbunyi kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang diterima. Dan H_o berbunyi kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart ditolak.

b. Label halal dengan nilai $t_{hitung} 4.965 > t_{tabel} 1.986$ dengan signifikansi $0.000 < 0,025$. Maka memberi bukti empiris bahwa hipotesa yang diajukan peneliti tidak dapat ditolak. Dengan H_a label halal mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang diterima. Dan H_o berbunyi label halal tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang ditolak.

3. Berdasarkan hasil SPSS, faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang adalah variabel label halal (X_2). Terbukti bahwa label halal mempunyai nilai 0.492 dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai nilai 0.009. Dengan persamaan regresi linear berganda yaitu $Y = 19.668 + 0.009X_1 + 0.492X_2$ memberikan pengertian:

Nilai konstanta (Y) sebesar 19.668, artinya jika variabel independen kualitas pelayanan dan label halal konstanta pada nol, maka variabel dependen (Y) konstanta pada taraf 19.668.

Koefisien regresi X_1 dan X_2 (kualitas pelayanan dan label halal) dari perhitungan regresi linear berganda di dapat *coefficients* $b_1 = 0.009$ dan $b_2 = 0.492$. Dari nilai b_1 dan b_2 dapat mengindikasikan bahwa nilai b_2 lebih besar dari pada b_1 . Hal ini berarti bahwa label halal memiliki pengaruh paling tinggi dibandingkan dengan kualitas pelayanan.

B. Saran

1. Dari peneliti ini disarankan dan direkomendasikan kepada ritel waralaba agar lebih memaksimalkan kembali kualitas pelayanannya dan agar keputusan konsumen berbelanja lebih meningkat. Dan bagi konsumen yang berbelanja pada ritel waralaba khususnya alfamart untuk lebih memperhatikan lagi label halal ketika akan membeli produk makanan.
2. Untuk penulis berikutnya yang akan melakukan penelitian, supaya bisa menambah variabel lainnya, misalnya harga. Agar penelitian lebih luas pembahasannya.

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdullah, Thamrin. dan Francis Tantri. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Amir, M. Taufik. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji Departemen Agama. 2003. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*. Jakarta: Departemen Agama.
- Prasetyo, Bambang. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Burhanuddin. 2011. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan sertifikasi Halal*. Malang: UIN Maliki Press.
- Hasan, Sofyan. 2014. *Sertifikasi halal Dalam Hukum Positif Regulasi Dan Implementasi Di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Latan, Hengky. dan Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20,0*. Bandung: ALFABETA.
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Mundir. 2013. *Statistik Pendidikan*. Jember: Pustaka Pelajar.
- Noor, Julian. 2011. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&d*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2013. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.

Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Taniredja, Tukiran. dan Hidayati Mustafidah. 2012. *Penelitian Kuantitatif (sebuah pengantar)*. Bandung: Alfabeta.

Tim Penyusun. 2014. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: STAIN Jember Press.

Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Press.

Widya, Christina Utami. 2008. *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*. Malang: Bayumedia Publishing.

Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana.

JURNAL

Khoirotin Nisak. 2014. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Jurusan Syariah Prodi Muamalah STAIN Jember*

Novia Sonita Hajar Wati. 2013. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan (Studi Kasus Pada Air Minum Dalam Kemasan Al-Qodiri)*

Syariful Badriyah. 2013. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Promosi Studi Kasus Mahasiswa STAIN Jember, Tahun (Angkatan 2009)*

WEBSITE

[Erwinpurwindiyanto.com/2012/12/pt-sumber-alfaria-trijaya-tbk.html?m=1.](http://Erwinpurwindiyanto.com/2012/12/pt-sumber-alfaria-trijaya-tbk.html?m=1)

(20 Februari 2016).

[Tarsonosatbangunusa.blogspot.com/2014/09/makalah-alfamart.html?m=1,](http://Tarsonosatbangunusa.blogspot.com/2014/09/makalah-alfamart.html?m=1)

(20 Februari 2016).

[www.qerja.com/company/view/sumber-alfaria-trijaya-tbk-pt,](http://www.qerja.com/company/view/sumber-alfaria-trijaya-tbk-pt) (20 Februari 2016).



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ainurrizqy Rahmawati
NIM : 083 112 057
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi
Prodi : Hukum Ekonomi Islam (Muamalah)

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian / karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 26 Maret 2016

Saya yang menyatakan



Ainurrizqy Rahmawati

NIM. 083 112 057

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Pada Ritel Alfamart Di Jombang	<p>1. Variabel Independent:</p> <p>a. Kualitas Pelayanan (X1)</p> <p>b. Label Halal (X2)</p> <p>2. Variabel Dependen:</p> <p>a. Keputusan Konsumen Berbelanja (Y)</p>	<p>1. Kualitas Pelayanan</p> <p>2. Label Halal</p> <p>3. Keputusan Konsumen Berbelanja</p>	<p>a. Bukti fisik</p> <p>b. Keandalan</p> <p>c. Daya tanggap</p> <p>d. Empati</p> <p>a. Proses pembuatan</p> <p>b. Bahan baku</p> <p>c. Bahan pembantu</p> <p>a. Faktor budaya</p> <p>b. Faktor sosial</p> <p>c. Faktor psikologis</p> <p>d. Faktor pribadi</p>	<p>1. Informan</p> <p>a. Kepala Toko</p> <p>b. Karyawan Toko</p> <p>c. Konsumen</p> <p>2. Dokumentasi</p> <p>3. Kepustakaan</p> <p>4. Internet</p>	<p>1. Pendekatan menggunakan penelitian kuantitatif</p> <p>2. Penentuan sampel menggunakan <i>cluster sampling</i></p> <p>3. Teknik Pengumpulan Data</p> <p>a. Observasi</p> <p>b. Angket</p> <p>c. Dokumentasi</p> <p>4. Teknik analisis dengan rumus analisis regresi linear berganda</p> $Y = a + bX_1 + bX_2 + e$ <p>Dilanjutkan dengan</p>	<p>1. Apakah kualitas pelayanan dan label halal berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang?</p> <p>2. Apakah kualitas pelayanan dan label halal berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen</p>

					uji f (simultan), uji t (parsial) dan koefisien determinasi R ²	<p>berbelanja pada ritel alfamart di Jombang?</p> <p>3. Faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja pada ritel alfamart di Jombang?</p>
--	--	--	--	--	--	---

IAIN JEMBER

BIODATA PENULIS

1. BIODATA PRIBADI

Nama : AINURRIZQY RAHMAWATI
Alamat : Dusun Krajan III, Desa Jombang, Kecamatan
Jombang, Kabupaten Jember
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 01 November 1993
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Belum Kawin

2. RIWAYAT PENDIDIKAN

- a. MI Wachid Hasyim Sebanen 01 Jombang : 1999-2005
- b. SMPN 2 Kencong : 2005-2008
- c. MAN 3 Jember : 2008-2011
- d. IAIN Jember : 2011-2016

Demikianlah daftar riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 26 Maret 2016

Ainurrizqy Rahmawati
NIM. 083 112 057

IAIN JEMBER

DATA SELURUH JAWABAN ATAS ANGET

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y
1	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	2	43	3	3	3	2	2	2	15	2	3	3	2	2	3	4	4	23
2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	42	3	3	3	2	3	3	17	4	4	3	4	2	3	4	4	28
3	5	4	5	4	4	3	4	2	3	3	3	4	44	3	3	3	2	3	3	17	3	3	2	3	2	4	4	4	25
4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	1	42	3	3	3	2	3	3	17	2	3	3	4	2	3	4	4	25
5	5	4	5	3	4	4	4	2	3	2	3	4	43	3	3	3	3	4	2	18	4	2	3	2	2	4	4	4	25
6	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	1	41	3	3	3	2	3	3	17	4	3	2	2	2	3	4	4	24
7	4	4	5	4	3	4	4	2	3	2	3	3	41	3	3	3	2	3	3	17	3	2	4	2	2	3	4	4	24
8	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	40	3	3	3	2	3	3	17	3	4	5	2	4	4	4	4	30
9	5	4	5	3	4	4	4	2	4	2	3	4	44	3	3	3	2	3	3	17	4	3	4	2	4	4	4	4	29
10	4	5	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	38	3	3	3	2	2	2	15	3	3	4	2	2	3	4	4	25
11	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	1	42	3	3	3	2	2	2	15	4	3	3	2	2	3	4	4	25
12	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	2	3	40	3	3	3	2	2	2	15	3	4	3	2	2	3	4	4	25
13	4	5	5	3	4	3	3	3	3	2	3	1	39	3	3	3	2	2	2	15	4	3	3	2	2	3	4	4	25
14	4	5	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	42	3	3	3	2	2	2	15	2	3	3	2	2	3	4	4	23
15	4	4	5	4	4	4	4	2	3	2	3	1	40	3	3	3	2	2	2	15	2	3	4	2	2	3	4	4	24
16	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	39	3	3	3	2	2	2	15	4	2	3	2	2	3	4	4	24
17	4	5	5	3	4	4	4	2	3	2	3	1	40	3	3	3	2	2	2	15	4	3	4	2	2	3	4	4	26
18	4	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	43	3	3	3	2	2	2	15	4	4	3	2	2	3	4	4	26
19	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	1	40	3	3	3	2	2	2	15	4	4	4	2	2	3	4	4	27
20	4	4	5	3	3	4	4	2	3	3	4	3	42	3	3	3	2	2	2	15	4	4	4	2	2	3	4	4	27
21	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	1	40	5	5	5	4	4	5	28	4	2	4	2	3	3	4	4	26
22	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	49	3	3	4	4	4	3	21	4	2	3	2	3	3	4	4	25
23	5	5	4	2	4	5	5	5	5	5	2	2	49	3	4	4	4	4	3	22	4	2	4	2	5	4	4	4	29
24	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	49	3	3	4	4	4	3	21	4	2	4	2	3	3	4	4	26
25	5	4	4	2	2	5	5	5	5	5	3	2	47	3	4	4	4	4	3	22	4	3	3	3	5	4	4	4	30
26	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	1	43	5	5	5	4	4	5	28	4	2	4	2	3	3	4	4	26
27	5	4	5	4	2	4	4	4	4	3	2	2	43	5	5	5	4	4	5	28	4	2	4	2	3	3	4	4	26
28	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	47	5	5	5	4	4	4	27	5	3	3	2	5	4	4	4	30
29	5	4	4	4	3	5	5	5	3	2	3	1	44	3	4	4	4	4	3	22	4	3	4	3	5	4	4	4	31
30	5	5	4	2	5	5	5	5	5	3	4	3	51	3	4	4	4	4	3	22	4	3	4	2	5	4	4	4	30
31	5	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	42	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	4	4	4	27
32	5	4	5	3	4	4	3	4	3	2	2	1	40	4	3	3	3	3	3	19	4	3	3	3	3	4	4	4	28
33	4	5	5	4	5	5	5	5	5	1	4	3	51	5	3	3	3	3	3	20	4	2	4	2	4	4	4	4	28
34	5	5	4	3	4	4	3	4	3	3	3	1	42	4	4	4	4	4	4	24	5	3	4	2	3	4	4	4	29
35	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	2	52	5	3	3	3	4	4	22	4	2	2	2	4	4	4	4	26
36	5	4	5	4	4	4	5	5	4	2	4	3	49	5	3	3	3	4	4	22	4	3	4	3	4	4	5	4	32
37	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	1	40	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	2	3	4	4	5	27
38	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	2	53	3	3	3	3	3	3	18	4	2	4	2	4	4	4	4	28

39	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	3	53	5	3	3	3	3	3	20	4	2	4	2	4	4	4	4	28
40	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	1	48	4	4	4	4	4	4	24	4	3	5	5	5	4	4	4	34
41	5	4	5	4	4	3	4	5	5	3	3	2	47	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	5	5	5	34
42	5	4	5	3	3	4	2	3	3	3	4	3	42	3	4	4	3	4	4	22	4	3	5	5	5	4	4	4	34
43	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	2	50	4	4	3	3	3	3	20	5	3	4	4	4	4	5	5	34
44	5	4	5	3	4	3	2	3	3	3	4	3	42	4	3	3	3	4	4	21	4	3	4	4	4	4	5	5	33
45	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	3	2	47	3	3	4	3	3	3	19	4	4	4	4	3	4	3	3	29
46	5	4	5	2	5	5	2	4	4	4	3	1	44	3	3	4	3	3	3	19	4	4	4	2	3	4	3	3	27
47	5	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	43	3	3	4	3	4	3	20	4	2	4	2	4	4	4	4	28
48	5	4	5	3	4	3	2	3	4	4	4	3	44	3	3	4	3	4	3	20	5	2	4	2	4	4	5	5	31
49	5	4	5	4	5	5	4	4	4	2	3	2	47	3	3	4	3	3	3	19	5	4	4	2	3	4	5	5	32
50	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	2	2	46	3	3	4	3	3	3	19	4	4	4	4	3	4	5	5	33
51	5	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	1	41	3	3	4	3	4	3	20	4	2	4	2	4	4	4	4	28
52	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	1	45	3	4	4	4	4	3	22	5	2	4	2	4	4	5	5	31
53	5	5	5	4	3	3	3	3	4	2	2	1	40	3	3	4	4	4	5	23	4	4	5	2	4	4	5	5	33
54	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	44	3	3	4	3	4	3	20	4	2	4	2	4	4	4	4	28
55	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	2	43	3	3	4	3	4	3	20	4	2	2	2	4	4	4	4	26
2	5	4	5	3	3	3	4	3	4	2	4	1	41	3	3	4	3	4	3	20	4	2	2	2	4	4	4	4	26
57	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	42	3	3	4	3	4	3	20	4	2	2	2	4	4	4	4	26
58	5	4	5	2	4	3	4	3	4	3	3	2	42	3	3	4	3	4	3	20	4	2	2	2	4	4	4	4	26
59	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	1	42	3	3	4	3	4	3	20	4	2	2	2	4	4	4	4	26
60	5	4	5	2	4	3	4	3	4	2	2	2	40	3	3	4	3	4	3	20	4	2	2	2	4	4	4	4	26
61	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	44	3	3	4	3	4	3	20	4	2	2	2	4	4	4	4	26
62	5	4	5	2	3	3	4	3	4	4	4	2	43	3	3	4	3	4	3	20	2	2	4	2	4	4	4	4	26
63	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	1	49	5	5	5	5	4	29	5	2	4	2	4	2	3	4	26
64	5	4	5	4	5	5	5	5	5	1	4	2	50	3	3	3	3	4	2	18	5	2	4	2	4	2	4	4	27
65	5	4	4	4	4	4	5	5	4	1	3	3	46	3	3	3	3	4	2	18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	5	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	2	45	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
67	5	4	4	4	3	3	2	4	3	2	4	3	41	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	5	5	33
68	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	2	2	42	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
69	4	4	5	5	3	3	2	3	3	4	4	3	43	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
70	4	4	4	3	3	4	5	2	3	4	4	3	43	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
71	4	4	4	5	2	3	5	4	3	2	4	2	42	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
72	4	4	5	5	3	4	4	2	3	4	2	2	42	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
73	4	4	4	5	2	3	3	3	3	3	4	3	41	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
74	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	3	3	46	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
75	5	5	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	38	3	4	4	4	4	3	22	3	5	3	4	3	4	4	4	30
76	4	4	5	5	3	2	4	4	3	4	2	2	42	3	4	4	4	4	3	22	3	5	3	4	3	4	4	4	30
77	4	4	4	5	2	4	3	3	3	2	3	3	40	3	4	4	4	4	3	22	3	5	3	4	3	4	4	4	30
78	4	4	5	3	3	3	4	4	3	4	2	1	40	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
79	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	40	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
80	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	47	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
81	4	4	4	5	3	4	2	4	3	2	4	2	41	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
82	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4	3	3	45	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
83	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4	3	42	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	4	31
84	4	5	4	5	3	4	3	2	3	2	3	2	40	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	4	5	32
85	4	4	5	5	2	2	4	4	3	4	4	3	44	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	5	5	33
86	4	5	4	2	3	4	3	3	3	1	3	2	37	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	5	5	33
87	4	4	5	4	2	3	4	4	3	2	4	3	42	3	4	4	4	4	3	22	3	5	3	4	3	4	4	4	30
88	4	4	4	5	3	4	3	4	3	1	3	3	41	3	4	4	4	4	3	22	3	5	3	4	3	4	5	5	32
89	4	4	5	3	3	2	2	2	3	4	4	3	39	3	4	4	4	4	3	22	3	5	3	4	3	4	5	5	32
90	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	3	2	40	3	4	4	4	4	3	22	4	5	3	4	3	4	5	5	33
91	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	42	3	4	4	4	4	3	22	3	5	3	4	3	4	5	5	32
92	4	5	5	3	3	4	2	4	3	1	3	3	40	3	4	4	4	4	3	22	3	5	3	4	3	4	5	5	32

Nama-nama responden dan jenis kelamin

NO	NAMA	JENIS KELAMIN
1.	Aris F	P
2.	Aris S	P
3.	Bibi W	P
4.	Anik P	P
5.	M. Muhrizin	L
6.	Supriyadi	L
7.	Siti Khalimah	P
8.	I. Mustofa	L
9.	Rumiyati	P
10.	Nanang W	L
11.	Ya Salam	L
12.	M. Iskak	L
13.	Sri Nur H	P
14.	Lutviana	P
15.	Dina S	P
16.	Luthfi M	P
17.	I. Hanafi	L
18.	Kasworo	L
19.	Asri P	P
20.	Siti M	P
21.	Ismaya	P
22.	Mualimah	P

23.	Eka	P
24.	Endang	P
25.	Suharwati	P
26.	Heni	P
27.	Zidni	P
28.	Hasanah	P
29.	Nadia	P
30.	Hanif A	P
31.	Irma	P
32.	Hamdan	L
33.	Yuda	L
34.	Abdul Muis	L
35.	Umul	P
36.	Ukhtin	P
37.	Umi Maghfiroh	P
38.	Nur Afifah	P
39.	Khusnul	P
40.	Kholil	L
41.	Bayu	L
42.	Firman	L
43.	Lailatul	P
44.	Fuad	L
45.	Anisa	P
46.	Muhyi	L

47.	Abdullah	L
48.	Cahyono	L
49.	Adiman	L
50.	Faulana	L
51.	Ihsan	L
52.	Syaiful	L
53.	Masdufir	L
54.	Rifqi	L
55.	Subarjo	L
56.	Al maun	L
57.	Ardiatul	P
58.	Asmaul	P
59.	Hadun	L
60.	Sariyanto	L
61.	Muhsir	L
62.	Suci	P
63.	Miftakhul	P
64.	Retno	P
65.	Baihaqi	L
66.	Dias	P
67.	Fadhly	L
68.	Sujarwanto	L
69.	Iskandar	L
70.	Suharwati	P

71.	Syaifuddin	L
72.	Yazid	L
73.	Suryanto	L
74.	Mujayanti	P
75.	Imam	L
76.	Heri	L
77.	Suhartatik	P
78.	Irham	L
79.	Sulis	P
80.	Dewi M	P
81.	Sa'diyah	P
82.	Beni	L
83.	Kazim	L
84.	Intan	P
85.	Ali	L
86.	Oktavin	P
87.	Nur Wahid	L
88.	Khamim	L
89.	Mashuri	L
90.	Sukisni	L
91.	Basid	L
92.	Rohman	L

JURNAL PENELITIAN

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Pada Ritel Alfamart di Jombang

No	Tanggal	Kegiatan	Paraf
1	4 Januari 2016	Observasi Awal	
2	10 Januari 2016	Silaturahmi dan Menyerahkan Surat Izin Penelitian di Toko Alfamart	
3	10 Februari 2016	Silaturahmi dan Menyerahkan Surat Izin Penelitian ke Kantor Alfamart	
4	20 Februari 2016	Silaturahmi dan Menyerahkan Bukti Konfirmasi bahwa di izinkan untuk penelitian di Toko Alfamart.	
5	24 Februari 2016	Silaturahmi dan Dokumentasi tentang Struktur Kepegawaian di Toko Alfamart ke Kantor Alfamart	
6	27 Februari 2016	Mengantarkan angket	
7	5 Maret 2016	Mengambil angket	
8	13 Maret 2016	Meminta Surat Keterangan Selesai Penelitian	

Jember, 13-03-2016
PT Sumber Alhara Triaya Tbk
Kepala Toko Alfamart
Alfamart
JOMBANG
IWAN CANDRA S
NIP. 13033641

KUESIONER

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Pada Ritel Alfamart Di Jombang.

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Konsumen yang berbelanja pada ritel Alfamart

Di – Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka ‘penyusunan skripsi’ sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan “Pendidikan Sarjana Program S1 Jurusan Syariah Prodi Mu’amalah Institut Agama Islam Negeri Jember”, maka dengan ini saya akan mengadakan penelitian kepada konsumen yang berbelanja pada ritel alfamart.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner sesuai dengan fakta yang sebenarnya. Saya menjamin penuh kerahasiaan informasi yang telah diberikan.

Mudah-mudahan bantuan yang diberikan dapat mendukung, memperlancar, mempermudah, dan mempercepat proses penyelesaian skripsi ini.

Atas perhatian dan kerjasamanya, serta waktu luang yang disediakan, saya ucapkan terima kasih banyak.

Hormat Saya

Ainurrizqy Rahmawati

LEMBAR KUESIONER

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Pada Ritel Alfamart Di Jombang.

a. Identitas responden:

Nama :

Alamat :

Jenis kelamin :

Umur :

Pekerjaan :

b. Kuesioner

1. Kuesioner ini tidak dimaksudkan untuk mengetahui apa yang benar dan yang salah ataupun sebaliknya, maka sangat diharapkan pengisiannya menurut kenyataan yang sebenarnya.
2. Setelah melakukan pengisian, mohon saudara/saudari menyerahkan kepada pemberi kuesioner.

c. Untuk menanggapi pernyataan-pernyataan tersubst, saudara/saudari cukup memilih salah satu dari pilihan jawaban yang tersedia, yaitu:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Ragu-ragu (RR)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

IAIN JEMBER

Pernyataan Mengenai Variabel Independent (X)

Kualitas Pelayanan (X₁)

No	pernyataan	tanggapan				
		STS	TS	RR	S	SS
I	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)					
1.	Karyawan menggunakan seragam dan berpenampilan menarik.					
2.	Ruangan bersih					
3.	Lokasi strategis					
II	Keandalan (<i>Reliability</i>)					
1.	Pegawainya melayani sesuai yang dijanjikan perusahaan.					
2.	Jam buka layanan sesuai dengan yang diinformasikan.					
3.	Jenis layanan yang diberikan sesuai dengan yang ditawarkan.					
III	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)					
1.	Pegawainya tanggap dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.					
2.	Pegawai ramah dan cekatan.					
IV	Jaminan (<i>Assurance</i>)					
1.	Pegawai menguasai produk dan informasi yang terkait dengan layanan.					
2.	Keamanannya baik					
V	Empati (<i>Empathy</i>)					
1.	Karyawannya memberikan perhatian kepada pelanggan.					
2.	Petusahaan menyediakan kotak saran sebagai sarana untuk					

mendapatkan suara pelanggan (kritik dan saran).					
---	--	--	--	--	--

Label Halal (X₂)

No	Pernyataan	Tanggapan				
		STS	TS	RR	S	SS
I	Proses Pembuatan					
1.	Proses pembuatan produk makanan yang dijual di Alfamart Jombang tidak bercampur dengan bahan atau barang haram.					
2.	Saya yakin air yang digunakan pada proses pembuatan produk makanan yang dijual di Alfamart Jombang, merupakan air yang bersih tidak berwarna, tidak berbau, dan mengalir (terjaga kebersihannya).					
II	Bahan Baku Utama	STS	TS	RR	S	SS
1.	Bahan baku utama yang digunakan pada produk makanan yang dijual di Alfamart Jombang berasal dari pemasok yang sudah bersertifikasi halal, sehingga konsumen muslim tidak perlu khawatir untuk mengkonsumsinya.					
2.	Meski terjadi krisis global, bahan baku utama produk makanan yang dijual di Alfamart Jombang, tetap terjaga kehalalannya.					

III	Bahan Pembantu				
1.	Bahan pembantu dalam proses pembuatan produk makanan yang dijual di Alfamart Jombang sesuai dengan standart keseshatan.				
2.	Bahan pembantu pada produk makanan yang dijual di Alfamart Jombang tidak menggunakan zat berbahaya lain yang dianggap merusak kesehatan.				

Pernyataan Mengenai Variabel Dependency (Y)

Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan				
		STS	TS	RR	S	SS
I	Faktor Budaya					
1.	Saya terbiasa membeli produk makanan yang berlabel halal, karena dipengaruhi oleh norma agama yang saya anut.					
2.	Produk makanan yang dijual di Alfamart Jombang bermacam-macam, sehingga saya tidak memperhatikan label halalnya ketika membelinya.					
II	Faktor Sosial					
1.	Teman dan keluarga saya lebih suka membeli produk makanan yang ada label halalnya, sehingga saya tertarik mengikutinya.					

2.	Saya lebih memilih membeli produk makanan yang sering dikonsumsi masyarakat pada umumnya, meskipun tidak ada label halal nya.					
III Faktor Pribadi						
1.	Saya lebih suka membeli produk makanan yang ada label halal nya meskipun harganya mahal, daripada membeli produk makanan yang tidak ada label halal nya dengan murah yang belum tentu terjaga kebersihannya dan kehalalannya.					
2.	Produk makanan yang dijual di Alfamart Jombang biasa dikonsumsi oleh para konsumen sesuai dengan selera masing-masing. Bukan karena ada keterangan label halal dari MUI.					
IV Faktor Psikologis						
1.	Dengan labelisasi halal dari MUI pada produk makanan yang dijual di Alfamart Jombang, saya tidak perlu lagi meragukan jaminan kehalalannya.					
2.	Dengan adanya informasi mengenai pusat halal dunia di Indonesia dan banyak bukti positif tentang label halal telah memenuhi standar keamanan dan kesehatan suatu produk, maka saya memperhatikan					

labelisasi halal pada setiap produk makanan yang ingin saya beli.					
---	--	--	--	--	--

Terimakasih anda sudah mengisi lembar kuesioner ini.



OUTPUT HASIL SPSS

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.452 ^a	.204	.186	2.728

- a. Predictors: (Constant), label halal, kualitas pelayanan
 b. Dependent Variable: keputusan konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	170.079	2	85.040	11.426	.000 ^b
	Residual	662.399	89	7.443		
	Total	832.478	91			

- a. Dependent Variable: keputusan konsumen
 b. Predictors: (Constant), label halal, kualitas pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.668	3.693		5.326	.000
	kualitas pelayanan	.009	.081	.010	.106	.916
	label halal	.429	.091	.450	4.695	.000

- a. Dependent Variable: keputusan konsumen

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	26.42	32.51	28.80	1.367	92
Residual	-6.514	5.334	.000	2.698	92
Std. Predicted Value	-1.744	2.713	.000	1.000	92
Std. Residual	-2.388	1.955	.000	.989	92

- a. Dependent Variable: keputusan konsumen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	19.668	3.693		5.326	.000		
1	kualitas pelayanan	.009	.081	.010	.106	.916	.972	1.028
	label halal	.429	.091	.450	4.695	.000	.972	1.028

a. Dependent Variable: keputusan konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.660	13

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.695	9

IAIN JEMBER

UJI VALIDITAS VARIABEL X1, X2 dan Y

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.039	.000	-.339**	.271**	.079	.118	.233*	.467**	.043	.108	-.119	.327**
	Sig. (2-tailed)		.714	.996	.001	.009	.457	.261	.026	.000	.687	.305	.259	.001
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.2	Pearson Correlation	.039	1	-.090	-.070	-.006	.114	-.017	.101	.122	-.050	-.076	.030	.141
	Sig. (2-tailed)	.714		.395	.508	.953	.280	.873	.338	.247	.637	.471	.778	.179
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.3	Pearson Correlation	.000	-.090	1	.065	.110	-.022	.053	-.070	-.029	-.064	.007	.094	.160
	Sig. (2-tailed)	.996	.395		.538	.295	.833	.616	.505	.785	.545	.948	.373	.127
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.4	Pearson Correlation	-.339**	-.070	.065	1	-.235*	.007	.082	.117	-.238*	-.049	-.023	.125	.163
	Sig. (2-tailed)	.001	.508	.538		.024	.947	.435	.265	.022	.644	.828	.234	.120
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.5	Pearson Correlation	.271**	-.006	.110	-.235*	1	.439**	.263*	.264*	.521**	.053	-.093	-.216*	.493**
	Sig. (2-tailed)	.009	.953	.295	.024		.000	.011	.011	.000	.614	.376	.039	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.6	Pearson Correlation	.079	.114	-.022	.007	.439**	1	.394**	.474**	.355**	-.028	-.159	-.123	.558**
	Sig. (2-tailed)	.457	.280	.833	.947	.000		.000	.000	.001	.795	.131	.242	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.7	Pearson Correlation	.118	-.017	.053	.082	.263*	.394**	1	.385**	.473**	.108	-.090	-.064	.624**
	Sig. (2-tailed)	.261	.873	.616	.435	.011	.000		.000	.000	.306	.392	.544	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.8	Pearson Correlation	.233*	.101	-.070	.117	.264*	.474**	.385**	1	.537**	.125	.011	-.142	.691**
	Sig. (2-tailed)	.026	.338	.505	.265	.011	.000	.000		.000	.236	.917	.178	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.9	Pearson Correlation	.467**	.122	-.029	-.238*	.521**	.355**	.473**	.537**	1	.275**	.089	-.150	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.247	.785	.022	.000	.001	.000	.000		.008	.397	.152	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.10	Pearson Correlation	.043	-.050	-.064	-.049	.053	-.028	.108	.125	.275**	1	-.056	-.110	.346**
	Sig. (2-tailed)	.687	.637	.545	.644	.614	.795	.306	.236	.008		.595	.298	.001
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.11	Pearson Correlation	.108	-.076	.007	-.023	-.093	-.159	-.090	.011	.089	-.056	1	.165	.180
	Sig. (2-tailed)	.305	.471	.948	.828	.376	.131	.392	.917	.397	.595		.117	.086
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
X1.12	Pearson Correlation	-.119	.030	.094	.125	-.216*	-.123	-.064	-.142	-.150	-.110	.165	1	.121
	Sig. (2-tailed)	.259	.778	.373	.234	.039	.242	.544	.178	.152	.298	.117		.249
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
TOTAL	Pearson Correlation	.327**	.141	.160	.163	.493**	.558**	.624**	.691**	.725**	.346**	.180	.121	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.179	.127	.120	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.086	.249	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.350**	.189	.201	.128	.657**	.524**
	Sig. (2-tailed)		.001	.072	.054	.223	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X2.2	Pearson Correlation	.350**	1	.733**	.785**	.518**	.556**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X2.3	Pearson Correlation	.189	.733**	1	.792**	.693**	.629**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.072	.000		.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X2.4	Pearson Correlation	.201	.785**	.792**	1	.814**	.555**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.054	.000	.000		.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X2.5	Pearson Correlation	.128	.518**	.693**	.814**	1	.573**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.223	.000	.000	.000		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
X2.6	Pearson Correlation	.657**	.556**	.629**	.555**	.573**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92
TOTAL	Pearson Correlation	.524**	.826**	.847**	.887**	.803**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92

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

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	TOTAL
y1	Pearson Correlation	1	-.151	.138	-.081	.391**	.083	.059	.080	.311**
	Sig. (2-tailed)		.150	.190	.445	.000	.429	.573	.447	.003
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
y2	Pearson Correlation	-.151	1	-.144	.749**	-.313**	.284**	.210*	.205*	.598**
	Sig. (2-tailed)	.150		.170	.000	.002	.006	.044	.050	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
y3	Pearson Correlation	.138	-.144	1	-.066	.257*	-.099	.067	.064	.269**
	Sig. (2-tailed)	.190	.170		.532	.014	.346	.527	.543	.009
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
y4	Pearson Correlation	-.081	.749**	-.066	1	-.006	.417**	.261*	.244*	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92

	Sig. (2-tailed)	.445	.000	.532		.952	.000	.012	.019	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.391**	-.313**	.257*	-.006	1	.476**	.072	.079	.408**
y5	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.014	.952		.000	.495	.452	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.083	.284**	-.099	.417**	.476**	1	.323**	.264*	.635**
y6	Sig. (2-tailed)	.429	.006	.346	.000	.000		.002	.011	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.059	.210*	.067	.261*	.072	.323**	1	.919**	.555**
y7	Sig. (2-tailed)	.573	.044	.527	.012	.495	.002		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.080	.205*	.064	.244*	.079	.264*	.919**	1	.544**
y8	Sig. (2-tailed)	.447	.050	.543	.019	.452	.011	.000		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.311**	.598**	.269**	.738**	.408**	.635**	.555**	.544**	1
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92

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

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

