

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELI BUSANA MUSLIM  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PAND'S COLLECTION)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU  
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**M U N A W I R**  
**NIM : 07390075**

**PEMBIMBING:**

- 1. Dra. Hj. Widyarini, MM**
- 2. M. Kurnia Rahman Abadi, SE, MM**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2012**

## ABSTRAK

Semakin ketatnya persaingan toko busana muslim menyebabkan manajemen harus bisa menentukan strategi bauran pemasaran dengan tepat. Oleh sebab itu penelitian tentang perilaku konsumen harus selalu dilakukan untuk mendapatkan informasi pasar. *Pand's Collection* merupakan salah satu toko busana muslim yang cukup dikenal masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya, sehingga supaya tetap bisa bertahan harus selalu mengevaluasi strategi bauran pemasaran. Untuk itu penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memberi kejelasan tentang besarnya pengaruh variabel persepsi harga, produk, pelayanan, lokasi dan periklanan terhadap keputusan beli di *Pand's Collection*.

Penelitian ini termasuk studi kasus. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen *Pand's Collection* dan sampel sebanyak 100 orang Responden. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dan jawaban kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Persepsi Harga, Produk, Pelayanan, Lokasi dan Periklanan. Sedangkan keputusan konsumen untuk membeli adalah sebagai variabel dependen. Untuk menjelaskan pengaruh tersebut, data yang diperoleh dari penelitian ini dianalisis menggunakan model regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil uji model, kelima variabel yaitu persepsi harga, produk, pelayanan, lokasi dan periklanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen. Untuk uji parsial, variabel produk dan pelayanan berpengaruh signifikan kuat. Sedangkan untuk variabel lokasi berpengaruh signifikan lemah terhadap keputusan beli konsumen di *Pand's Collection*.

Kata kunci: Persepsi Harga, Produk, Pelayanan, Lokasi, Periklanan, Keputusan Beli Konsumen.

## SURAT PERNYATAAN

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Munawir  
NIM : 07390075  
Jurusan-Prodi : Keuangan Islam

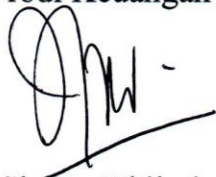
Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELI BUSANA MUSLIM (Studi Kasus Pada Konsumen *Pand's Collection*)**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

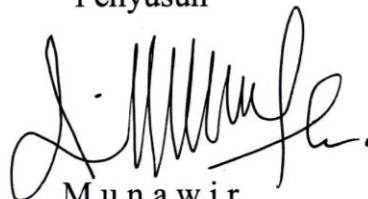
Yogyakarta, 09 Jumadil Akhir 1433 H  
01 Mei 2012 M

Mengetahui,  
Ka. Prodi Keuangan Islam



Drs. Slamet Khilmi, MSi.  
NIP. 19631014 199203 1 002

Penyusun



Munawir  
NIM. 07390075



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Munawir

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : MUNAWIR  
NIM : 07390075  
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELI BUSANA MUSLIM (Studi Kasus Pada Konsumen Pand's Collection)**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 05 Jumadil Akhir 1433 H  
27 April 2012 M

Pembimbing I

Dra. Hj. Widyarini, MM  
NIP. 19600407 198601 2 002



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Munawir

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : MUNAWIR  
NIM : 07390075  
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELI BUSANA MUSLIM (Studi Kasus Pada Konsumen *Pand's Collection*)**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini mengharapkan agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 05 Jumadil Akhir 1433 H  
27 April 2012 M

Pembimbing II

M. Kurnia Rahman Abadi, SE, MM.  
NIP. 19780503 200604 1 002

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**Nomor : UIN. 02/K.KUI-SKR/PP.00.9/224/2012**

Skripsi/tugas akhir dengan judul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELI BUSANA MUSLIM  
(Studi Kasus Pada Konsumen *Pand's Collection*)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : M u n a w i r

NIM : 07390075

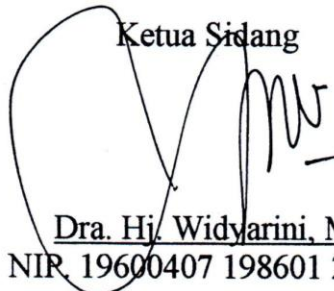
Telah dimunaqasyahkan pada : 03 Mei 2012

Nilai : A/B

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga

**TIM MUNAQASYAH :**

Ketua Sidang

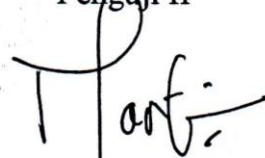
  
Dra. Hj. Widyarini, MM  
NIP. 19600407 198601 2 002

Penguji I



Dr. H. Syafiq M. Hanafi, S.Ag., M.Ag.  
NIP. 19670181 997031 003

Penguji II



Sunaryati, SE., M.Si.  
NIP. 19751111 200212 2 002

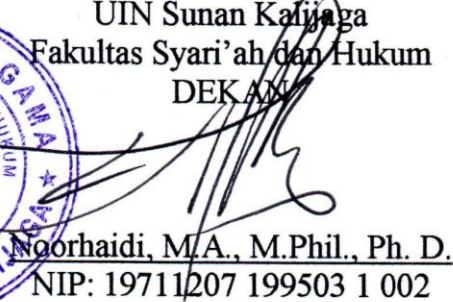
Yogyakarta, 03 Mei 2012

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Syari'ah dan Hukum

DEKAN



  
Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph. D.  
NIP: 19711207 199503 1 002

## MOTTO

*“Sesungguhnya hidup itu adalah akidah dan perjuangan”*

*“Ilmu tanpa amal laksana pohon tanpa buah”*

*“Kesabaran itu pahit tapi buahnya manis”*

*“Lihatlah apa yang dikatakan, jangan melihat*

*Siapa yang mengatakan”*

*“Sebaik-baiknya teman duduk pada setiap waktu*

*Adalah buku”*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Karya Sederhana Ini Penyusun Persembahkan Kepada:**

*Kedua Orang Tuaku, Mama Khozin dan Mimi Juwariyah*

*Seluruh Kiai, Ustadz dan Guruku*

*Kakakku Tercinta Khaedoni dan Erul, Serta Adikku Tercinta Icha*

*Pendamping Hidupku Kelak Yang Masih Disembunyikan Tuhan*

*Almamaterku Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*

*Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I Yogyakarta*



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bâ'	b	be
ت	Tâ'	t	te
ث	Sâ'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Hâ'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khâ'	kh	ka dan ha
د	Dâl	d	de
ذ	Zâl	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Râ'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sâd	s	es (dengan titik di bawah)
ض	dâd	d	de (dengan titik di bawah)
ط	tâ'	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	zâ'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	fâ'	f	ef
ق	qâf	q	qi
ك	kâf	k	ka
ل	lâm	l	`el
م	mim	m	`em
ن	nun	n	`en
و	wâwû	w	w
ه	hâ'	h	ha
ء	hamzah	,	apostrof
ي	yâ'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة عدّة	Ditulis Ditulis	Muta'addidah 'iddah
----------------	--------------------	------------------------

### C. Ta' Marbutah Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة علة	ditulis Ditulis	Hikmah 'illah
-------------	--------------------	------------------

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karâmah al-aulyâ'
----------------	---------	-------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakâh al-fiṭri
------------	---------	----------------

### D. Vokal Pendek

فعل	fathah	ditulis ditulis ditulis	A fa'ala i
ذكر	kasrah	ditulis ditulis ditulis	zûkira u yazhabu
يذهب	dammah	ditulis ditulis	

### E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	ditulis ditulis	â jâhiliyyah
2	fathah + ya' mati تتسى	ditulis ditulis	â tansâ
3	kasrah + ya' mati كريم	ditulis ditulis	î karîm
4	dammah + wawu mati فروض	ditulis ditulis	û furûd

### F. Vokal Rangkap

1	fathah + ya' mati بينكم	ditulis ditulis	ai bainakum
2	fathah + wawu mati قول	ditulis ditulis	au qaul

### G. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan Apostrof

انتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat
لئن شكرتم	Ditulis	La'in syakartum

### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf "l".

القرآن	ditulis	al-Qur'ân
القياس	Ditulis	Al-Qiyâs

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

السماء	Ditulis	as-Samâ'
الشمس	Ditulis	Asy-Syams

### I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zawî al-furûd
أهل السنة	Ditulis	ahl as-sunnah

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين وعلى آله وصحبه أجمعين. أشهد أن لا إله إلا الله وأشهد أن محمدا عبده ورسوله لا نبي بعده.

Segala puji bagi Allah SWT, penyusun panjatkan kehadiran-Nya yang telah memberikan Rahmat, Taufiq dan Hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim (Studi Kasus Pada Konsumen Pand’s Collection). Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah kehariban junjungan Nabi besar Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari motivasi arahan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Musa Asy’ari, Selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Pemilik Pand’s Collection, Bapak Mohammad Zaky beserta Keluarga. Ibu Sri Hartatik selaku manajer toko, Ibu Sri Suyatmi selaku SPV Marketing Komunikasi, serta karyawan Pand’s David, Danik, Siwi, dan Erma yang telah banyak membantu dalam proses penelitian di toko.
4. Drs. Slamet Khilmi, MSi. selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam.

5. Dra. Hj. Widayarni, MM, selaku pembimbing I, dan M. Kurnia Rahman Abadi, SE., MM., selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Yazid Affandi, M.Ag. selaku pembimbing akademik selama masa perkuliahan.
7. Pengasuh Pondok Pesantren Al-Ma'had An-Nur Simbah K.H. Nawawi Abdul Aziz. Serta seluruh jajaran Pengurus yang telah banyak membimbing dan mengajarkan Ilmu Keagamaan.
8. Kedua orang tua, Mama Khozin Abdullah dan Mimi Juwariyah Syarif yang telah mengasuh dan mengajarkan penyusun mengenai kehidupan.
9. Kakak-kakak tercinta, Akhmad Khaidoni, Khoirul Muttaqin, Adikku tercinta Khoirunnisa, dan adik sepupuku Pipit dan Uus, serta keluarga besar Bani Muhsin dan Bani Harun, kalianlah tumpuan hidup penyusun yang telah menebar kasih.
10. Teman-teman KAPMI D.I Yogyakarta, Mas Ulum, Mas Omen, Mas Rahmat, Mas Roman, Taufik, Anggi, Aka, Iskandar, Toyib, Ade, Andri, Ipah, Yuzdi, Hevi, Ilmi, Fadli, pokoknya semua Pengurus, Anggota dan Alumni KAPMI yang telah membesarkan dan memberikan pengalaman yang sangat berharga pada penyusun dalam berorganisasi dan bermasyarakat.
11. Teman-teman Pondok Pesantren Al-Ma'had An-Nur Bantul. Arif, Haidar, Kholid, Goni, Khulaifi, Julfandra, Mar'atun, Nunung, Istiqomah, Musrifatun. Pokoknya seluruh teman-temanku waktu di pondok.
12. Teman-teman PMII Rayon Ashram Bangsa, Aziz, Fawa'id, Sunardi, Anjani, Siti, Anas, Rian, Iqoh, Adi, Awan, dan Nova. Tidak lupa juga buat seluruh Kader-kader PMII baik yang sudah lulus kuliah maupun yang masih dalam proses. Teruskan perjuangan kalian dan rapatkan barisan, revolusi belum berakhir.

13. Seluruh Teman-teman KOPMA dan LPKM, Mas Aji, Gufron, Yayan, Dikta, Eka, Arul dan Za'im yang telah banyak mengajarkanku tentang jurnalistik.
14. Teman-teman KUI Angkatan 2007, Sidik, Muhammad, Sandi, Andi, Alhaq, Nur, Gusmang, Iin, Eka, Slamet, Rudi dan seluruh teman-teman satu angkatan dan jurusan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Kalian adalah sahabat-sahabat terbaikku yang tidak mungkin aku lupakan.
15. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, penyusun meyakini mereka semua adalah hamba-Nya yang senantiasa mendapat limpahan pengampunan dan kasih sayang-Nya.  
  
Akhirnya, penyusun tidak bisa menafikan jika dalam penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, namun demikian penyusun berharap hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembacanya.

Yogyakarta, 05 Jumadil Akhir 1433 H  
27 April 2012 M

Penyusun

M u n a w i r

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING I</b> .....	iv
<b>SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING II</b> .....	v
<b>SURAT PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan.....	6
D. Sistematika Pembahasan.....	8

<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI</b> .....	10
	A. Telaah Pustaka .....	10
	B. Kerangka Teoritik .....	12
	1. Perilaku Konsumen .....	12
	a. Persepsi .....	13
	b. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi .....	14
	c. Kelas Sosial .....	15
	d. Pembagian kelas sosial .....	16
	e. Tahap-tahap keputusan pembelian .....	16
	2. Pemasaran .....	18
	a. Pengertian pemasaran .....	18
	b. Pengertian manajemen pemasaran .....	18
	c. Tujuan pemasaran .....	19
	d. Bauran pemasaran .....	20
	C. Hipotesis .....	29
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	32
	A. Metode Penelitian .....	32
	B. Gambaran Umum Pand's <i>Collection</i> .....	44
	1. Profil dan Sejarah Singkat .....	44
	2. Visi dan Misi Pand's <i>Collection</i> .....	47
	3. Struktur Manajemen Pand's <i>Collection</i> .....	48
	4. Strategi Promosi dan Pemasaran .....	48
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	52
	A. Analisis Deskriptif .....	52



1. Profil Responden .....	52
2. Modus Profil Responden .....	54
3. Berbagai Informasi Tentang Konsumen Pand's.....	55
4. Modus Berbagai Informasi Tentang Konsumen Pand's.....	56
B. Analisis Kuantitatif.....	57
1. Hasil Uji Instrumen .....	57
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
4. Uji Hipotesis.....	68
C. Intrepretasi dan Pembahasan .....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran-saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Bauran Pemasaran .....	20
Tabel 3.1	Tabel Arti Signifikansi Uji Satu Sisi .....	44
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.2	Umur Responden .....	53
Tabel 4.3	Tingkat Pendapatan Responden (Sudah Bekerja).....	53
Tabel 4.4	Uang Saku Responden (Belum Bekerja) .....	53
Tabel 4.5	Modus Profil Responden .....	54
Tabel 4.6	Sumber Pengetahuan Tentang Pand's .....	55
Tabel 4.7	Mengenal Pand's .....	55
Tabel 4.8	Frekuensi Pembelian Di Pand's Perbulan .....	55
Tabel 4.9	Kebiasaan Konsumen Dalam Membeli Produk.....	55
Tabel 4.10	Jenis Produk Yang Biasa Dibeli .....	56
Tabel 4.11	Modus Berbagai Informasi Tentang Konsumen Pand's.....	56
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1) .....	58
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X2) .....	58
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan (X3).....	59
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X4).....	59
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Variabel Periklanan (X5).....	59
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Keputusan Membeli (Y) .....	60
Tabel 4.18	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1) .....	60
Tabel 4.19	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk (X2).....	61

Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X3).....	61
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X4) .....	62
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Periklanan (X5).....	62
Tabel 4.23 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Membeli (Y).....	62
Tabel 4.24 Nilai Tolerance dan VIF .....	64
Tabel 4.25 Uji Hipotesis Signifikan .....	67
Tabel 4.26 Tabel Arti Signifikansi Uji Satu Sisi .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisa Perilaku Konsumen .....	13
Gambar 3.1 Struktur Perusahaan Pand's <i>Collection</i> .....	48
Gambar 4.1 Scatterplot .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Terjemah .....	i
Lampiran II	Job Description.....	ii
Lampiran III	Kuesioner .....	v
Lampiran IV	Tabulasi Data .....	viii
Lampiran V	Hasil Pengujian .....	xiii
Lampiran VI	Surat Permohonan Penelitian.....	xxiv
Lampiran VII	Surat Keterangan Penelitian .....	xxv
Lampiran VIII	Biodata Penulis .....	xxvi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini bisnis retail mengalami banyak kemajuan, sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Prospek kedepan, retail masih sangat potensial untuk terus berkembang. Perubahan perilaku dan kemajuan teknologi telah menjadikan masyarakat lebih menyukai kepraktisan, termasuk dalam gaya berbelanja.

Retail atau pengecer bisa didefinisikan sebagai seorang pedagang yang kegiatan pokoknya melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen akhir.<sup>1</sup> Definisi tersebut didasarkan kepada siapa toko tersebut menjual. Jadi, perdagangan eceran meliputi semua kegiatan pemasaran yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk menjual pada konsumen akhir.

Secara umum retail bisa diklasifikasikan menjadi dua macam. *Pertama*, retail modern. Retail jenis ini biasanya berada dibawah naungan satu organisasi dan dimiliki oleh sekelompok orang. Masing-masing toko menjual lini produk yang sama dan struktur distribusinya sama. Selain itu retail modern biasanya menggunakan alat pembayaran yang modern, mempunyai laporan keuangan yang dipublikasikan dan mempunyai tenaga kerja yang cukup banyak. *Kedua*, retail tradisional. Retail jenis ini biasanya

---

<sup>1</sup>Tulus TH Tambunan, Dyah Nirmalawati, dan Arus Akbar Silondae, *Kajian Persaingan Dalam Industri Retail* (Jakarta: KPPU, 2004), hlm. 3.

dimiliki individu, menggunakan alat pembayaran yang masih tradisional dan tidak mempunyai laporan keuangan yang dipublikasikan.

Kaitannya dengan retail modern, yang menjadi menarik bahwasannya saat ini telah banyak bermunculan retail yang mengkhususkan menjual kebutuhan busana umat Islam seperti baju, kerudung, sarung, dan asesoris. Meski keberadaannya sudah lama, jenis retail tersebut pertumbuhannya tidak sepesat sekarang. Di kota-kota besar khususnya seperti Yogyakarta telah banyak bermunculan retail-retail yang khusus menjual busana muslim.

Perubahan gaya hidup dan kemajuan zaman telah mengangkat busana muslim menjadi tren di kalangan Masyarakat. Munculnya berbagai macam inovasi dan model-model busana muslim yang modis telah merubah imej yang muncul bahwa busana muslim sebagai busana yang kuno dan monoton. Kondisi inilah yang menjadikan bisnis busana muslim menjadi cepat berkembang.

*Pand's Collection* merupakan salah satu toko busana muslim yang berada di wilayah Yogyakarta. Sebagai toko yang mempunyai segmen pasar umat Islam baik laki-laki maupun perempuan, tentunya juga tidak ingin kalah bersaing dengan toko-toko sejenis yang ada di wilayah Yogyakarta. Diantara Kelebihan dari toko ini yaitu mempunyai tempat parkir khusus yang tidak selalu dimiliki oleh toko busana muslim sejenis. Dengan adanya tempat parkir khusus tersebut, konsumen tidak perlu kesulitan jika berbelanja menggunakan kendaraan baik roda dua maupun roda empat.

Pand's *Collection* yang berada di Yogyakarta merupakan cabang Pand's yang berpusat di Semarang. Pand's yang berada di Yogyakarta baru diresmikan pada tahun 2010 silam. Dengan dibukanya cabang baru yang berada di wilayah Yogyakarta, merupakan wujud bahwa Pand's sudah berani untuk melakukan ekspansi. Hal tersebut sebagai upaya perluasan pasar Pand's yang selama 24 tahun berkuat di wilayah Semarang. Kemunculannya jelas membuat persaingan toko busana muslim di wilayah Yogyakarta semakin ketat.

Kondisi persaingan yang ketat tersebut bisa ditunjukkan oleh adanya beberapa toko busana muslim yang berada di sekitar Pand's *Collection* seperti *Karita Muslim Square*, *Kayla Collection Busana Muslim*, dan *Mirota Fashion Busana Muslim*. Ketiga toko busana muslim tersebut lokasinya tidak jauh dari Pand's. Selain ketiga toko tersebut, masih banyak toko sejenis yang tersebar di wilayah Yogyakarta.

Guna menarik calon pembeli, berbagai cara dilakukan untuk memenangkan persaingan. Hal tersebut biasanya baru ditunjukkan oleh suatu perusahaan dalam menentukan harga jual, produk yang ditawarkan, lokasi bisnis, pelayanan dan penerapan sistem promosi atau periklanan. Beberapa strategi pemasaran tersebut apabila bisa dijalankan dengan baik oleh sebuah perusahaan, maka tidak akan ditinggalkan oleh para pelanggannya.



Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah barang atau jasa.<sup>2</sup> Yang dimaksud harga disini yaitu harga jual produk-produk yang ada di Pand's *Collection*. Produk yang dijual di Pand's *Collection* sangat beraneka ragam. Mulai dari kualitas yang sedang sampai yang mewah, sehingga harganya pun sangat bervariasi tergantung kemampuan konsumen dalam membeli produk tersebut.

Produk adalah sekumpulan atribut yang nyata (*tangible*) dan tidak nyata (*intangible*) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan dan *prestise* serta pelayanan pabrik maupun pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan konsumennya.<sup>3</sup> Produk-produk yang dijual Pand's sangat beraneka ragam, mulai dari yang paling murah sampai yang paling mahal. Dengan itu, maka sesungguhnya target penjualan dari produk-produk yang dijual Pand's untuk semua lapisan masyarakat dari kelas menengah bawah sampai menengah atas.

Pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak oleh pihak lain dan pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan.<sup>4</sup> Pelayanan mempunyai pengaruh besar terhadap perusahaan dalam menarik para konsumennya. Toko yang melayani konsumennya dengan sigap dan cepat akan berdampak pada

---

<sup>2</sup> "Marketing Mix & STP", <http://chiku.ngeblogs.com/2012/03/03/marketing-mix-stp/akses> 11 Januari 2012.

<sup>3</sup> William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa Yohanes Lamarto, edisi ketujuh jilid ke 1 (Jakarta: Erlangga, 1984), hlm. 222-223.

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hlm. 6.

kenyamanan konsumen. Kesan kenyamanan tersebutlah yang menjadikan konsumen sebagai pelanggan dan terus-menerus akan membeli di toko.

Lokasi merupakan tempat dimana sebuah usaha didirikan. Dalam pemilihan sebuah lokasi sangat di perlukan pertimbangan yang cermat meliputi kemudahan (akses), kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum dan keberadaan lokasi yang dapat dilihat dengan jelas. Lokasi Pand's yang cukup strategis yaitu dekat dengan sarana pendidikan (sekolah atau kampus), berada di tengah kota dan tersedianya tempat parkir yang luas, menjadi keunggulan tersendiri di banding dengan toko-toko busana muslim lainnya.

Periklanan atau advertensi adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengusaha lewat media yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka menjadi kenal dengan produk yang ditawarkan.<sup>5</sup> Di jaman yang penuh dengan persaingan bisnis saat ini, faktor iklan mempunyai pengaruh besar terhadap perusahaan dalam menarik konsumen. Media yang bisa digunakan sangat beragam. Bisa media cetak seperti Koran ataupun majalah, media reklame dengan pemasangan iklan atau baliho di jalan-jalan dan media visual seperti televisi ataupun media internet.

Pada kondisi atau situasi yang sama, dimungkinkan terjadi perbedaan penilaian. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor antara lain harga, produk, pelayanan, lokasi dan periklanan. sehingga dalam penelitian ini, variabel-variabel yang ada dilihat dari persepsi konsumennya.

---

<sup>5</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 238.

Pand's *Collection* merupakan pemain baru dalam bisnis busana muslim di Yogyakarta. Kehadiran Pand's sendiri bisa dikatakan cukup berani, mengingat di Yogyakarta sendiri sudah cukup banyak toko khusus busana muslim seperti Al-Fath Group yang membawahi Al-Fath, Annisa, dan Karita. Selain itu masih banyak lagi toko-toko busana muslim lain mulai dari yang kecil sampai yang besar seperti Kiswah, Mirotta Busana Muslim dan Flora Busana Muslim. Beberapa toko tersebut sudah terlebih dahulu terjun dalam bisnis busana muslim terutama di wilayah Yogyakarta. Sebagai pemain baru, Pand's tentunya sudah mempunyai strategi tersendiri untuk menghadapi persaingan tersebut. Hal ini dilihat dengan jeli oleh Pand's untuk menangkap celah pasar (*niche market*) yang ada dan belum tersentuh oleh toko lain yang sudah ada terlebih dahulu.

Atas dasar latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan beli sehingga judul yang dipilih adalah **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim (Studi Kasus Pada Konsumen Pand's *Collection*)”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang dijadikan bahan kajian adalah :

Apakah persepsi konsumen terhadap harga, produk, pelayanan, lokasi dan periklanan berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan beli bagi konsumen di Pand's *Collection* ?

## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

- a. Mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap harga jual, produk, pelayanan, lokasi dan periklanan dalam pengambilan keputusan beli busana muslim di *Pand's Collection*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya manajemen *Pand's Collection*, guna pengembangan bisnisnya.

### 2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi para pembacanya tentang perilaku konsumen dan pemasaran.
- b. Bagi pihak *Pand's* diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengambil langkah strategi pemasarannya terutama dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusannya membeli di *Pand's Collection*.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memacu penelitian selanjutnya yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, setiap bab terdiri dari sub-sub bab yaitu:

Bab pertama berisi pendahuluan yang merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan. Latar belakang masalah menguraikan tentang gambaran umum retail, perilaku konsumen di Yogyakarta, profil Pand's serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Rumusan masalah menyajikan pengaruh dari variabel independen terhadap keputusan konsumen untuk membeli.

Bab kedua berisi landasan teori yang memuat telaah pustaka, kerangka teoritik dan hipotesis. Telaah pustaka berisi tentang uraian sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti terdahulu dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka teoritik merupakan kerangka konsep, landasan teori tentang faktor harga, produk, pelayanan, lokasi dan periklanan terhadap keputusan konsumen. Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dipakai dalam pengembangan masalah ini.

Bab ketiga berisi tentang metode penelitian dan gambaran umum perusahaan. Metode penelitian merupakan gambaran cara atau teknik yang akan dilakukan dalam penelitian. Subjek penelitian adalah konsumen Pand's yang berusia mulai dari umur 17 tahun. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu regresi linear berganda yang sebelumnya telah

dilakukan uji instrumen dan uji asumsi klasik. Gambaran umum perusahaan akan menjelaskan tentang profil dan sejarah singkat *Pand's Collection* dari awal pendirian sampai sekarang. Visi dan misi yang akan menjelaskan tentang visi dan misi pendirian perusahaan. Struktur manajemen yang akan menggambarkan struktur organisasi *Pand's Collection*. Strategi promosi dan pemasaran yang akan menjelaskan strategi-strategi promosi yang diterapkan *Pand's* dalam menarik konsumen.

Bab keempat berisi analisis data dan pembahasan yang akan memaparkan hasil penelitian meliputi Analisis kualitatif yang terdiri dari profil responden dan berbagai informasi tentang *Pand's*. analisis kuantitatif yang terdiri dari hasil uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Interpretasi dan pembahasan yang akan menjelaskan hasil penelitian secara kualitatif.

Bab kelima merupakan bab yang mengakhiri penelitian yaitu bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsumen Pand's mayoritas adalah wanita dewasa (berusia antara 21-27 tahun). Dengan di dominasi kelas sosial menengah bawah. Sebagian besar konsumen mengenal Pand's lebih dari 6 bulan dan informasi lebih banyak berasal dari teman (*word of mouth*).
2. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 26,7% dari kombinasi kelima variabel dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Pand's *Collection*.
3. Hasil uji model (uji F) signifikan, yang berarti bahwa persepsi konsumen terhadap harga, produk, pelayanan, lokasi dan periklanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli.
4. Hasil uji t menunjukkan, secara parsial variabel persepsi produk dan pelayanan berpengaruh positif signifikan kuat, sedangkan variabel persepsi lokasi berpengaruh positif signifikan lemah. Variabel persepsi harga dan periklanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

#### **B. Saran**

1. Bagi Pihak Pand's

- a. Pelayanan merupakan salah satu faktor penunjang yang bisa mempengaruhi konsumen. Karena banyaknya toko-toko sejenis yang menjual busana muslim di sekitar Pand's, maka pelayanan yang baik, ramah dan sigap menjadi nilai plus tersendiri. Hendaknya Pand's harus lebih meningkatkan lagi pelayanannya kepada konsumen yang datang. Budaya senyum bagi pelayan-pelayannya harus kembali di tingkatkan sesuai dengan budaya Islam.
  - b. Periklanan yang dilakukan Pand's mempunyai pengaruh lemah terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar konsumen yang mengenal Pand's berasal dari teman atau dari mulut ke mulut. Konsekuensi info dari mulut ke mulut yaitu tidak bisa mengendalikan info tersebut sehingga apabila info yang di kembangkan tentang kekurangan atau keburukan toko, maka bisa berdampak pada berkurangnya pelanggan bagi perusahaan. Sebaiknya Pand's harus meningkatkan lagi kegiatan periklanannya melalui media yang lebih disukai oleh konsumennya, seperti melalui *handphone* (iklan lewat *provider* tertentu) atau lewat dunia maya melalui blog, jejaring sosial dan media *online* lainnya.
2. Bagi peneliti berikutnya

Dalam penelitian ini nilai  $R^2$  masih sangat kecil, artinya masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan membeli sehingga perlu dikaji lebih lanjut variabel-variabel lain seperti promosi, distribusi, persaingan dan faktor lain yang bisa mempengaruhi keputusan konsumen untuk



membeli. Dalam pembuatan kuesioner harus mudah dipahami oleh konsumen, karena tidak semua konsumen mempunyai pendidikan yang tinggi. Dalam penelitian ini jumlah responden yang dijadikan sampel hanya 100, harapan untuk penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan sampel lebih dari 100 agar jawaban lebih bervariasi sehingga bisa diambil kesimpulan yang lebih umum atau dapat di generalisasikan.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Ekonomi/ Manajemen Pemasaran**

Basu Swastha, 1984, *Azas-azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty.

Basu Swastha dan Irawan, 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.

Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 2011, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.

Fandy Tjiptono, 2000, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran* (alih bahasa Benjamin Molan), Jilid I dan 2 Jakarta: Prenhallindo.

Kustadi Suhandang, 2010, *Periklanan; Manajemen, Kiat dan Strategi*, Bandung: Nuansa.

Mowen, John C./ Minor, Michael, 2001, *Perilaku Konsumen* (alih bahasa Lina Salim), Jakarta: Erlangga.

Sofjan Assauri, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sriyadi, 1991, *Bisnis Manajemen Perusahaan Modern*, Semarang: IKIP Press.

Stanton, J. William, 2000, *Prinsip Pemasaran* (alih bahasa Yohanes Lamarto), Jakarta: Erlangga.

### **Metodologi/ Statistik/ SPSS**

Al-Ghifari, 2003, *Statistik Induktif; Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Hartono, 2010, *SPSS 16.0: Analisis Data Statistika dan Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Maryati, 2001, *Statistik Ekonomi dan Bisnis Plus*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Syamsul Hadi dan Widyarini, 2009, *Metodologi Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi*, Yogyakarta: Ekonisia.

### **Lain-lain**

Departemen Agama, 2002, *Al-Qur'an dan Terjemahan 30 Juz*, Edisi Revisi, Solo: PT. Qomari Prima Publisher.

Hendrie Anto, 2003, *Pengantar Ekonomika Mikro Islam*, Yogyakarta: Ekonisia.

M. Quraish Shihab, 2006, *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah*, Jakarta: Lentera hati.

Nashruddin Baidan, 1999, *Tafsir bi Al-Ra'yi: Upaya penggalian Konsep Wanita dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Nina Surtiretna, 1995, *Anggun Berjilbab*, Bandung: Al-bayan.

Syaikh Abdul Wahhab Abdussalam Thawilah, 2006, *Panduan Berbusana Islami* (alih bahasa Saefudin Zuhri), Jakarta: Almahira

### **Skripsi/Tesis/Jurnal**

Aep Saepudin, "Peranan Bauran Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Busana Muslimah di Toko Busana Muslim Annisa Yogyakarta," *Skripsi UIN SUKA*, 2008.

Netti Budi Purnama Sari, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Membeli Produk di Toko Flora Busana Muslim Yogyakarta," *Skripsi UIN SUKA*, 2007.

Suciati, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen untuk Berbelanja di Karita Muslim Square," *Skripsi UIN SUKA*, 2010.

Yazid Yud Padmono, "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Konsumen membeli di Hero pasar Swalayan Surabaya," *Ekuitas* Vol.11 no 3 September 2007.

Abdul Gafur, "Persepsi dan Perilaku Pedagang Etnik Tionghoa Di Mangga Dua Jakarta Pusat Terhadap Bank Syari'ah," *Tesis UIN SYAHID*, 2007.



## TERJEMAH

No. Hlm	No. Catatan Kaki	Terjemah
22	10	Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.
23	12	Wahai Nabi! Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin, “Hendaklah mereka menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka.” Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali, sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang.
25,73	14,1	Dan katakanlah kepada para perempuan yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan memelihara kemaluannya, dan janganlah menampakkan perhiasannya (auratnya), kecuali yang (biasa) terlihat. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya.....
27	17	Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.
74	2	....”berikanlah kepadanya tempat (dan layanan) yang baik, boleh jadi dia bermanfaat kepada kita atau kita pungut dia sebagai anak.”...

**Job Description :**

1. Direktur Utama :
  - a. Bertanggungjawab atas perusahaan secara keseluruhan terutama di wilayah eksternal.
  - b. Menentukan arah kebijakan perusahaan secara umum.
2. Wakil Direktur Utama
  - a. Bertanggung jawab atas perusahaan di wilayah internal.
  - b. Menggantikan tugas direktur utama jika berhalangan.
3. Store Manager
  - a. Melakukan aktifitas manajerial sesuai arah kebijakan direktur.
  - b. Bertanggungjawab mengendalikan operasional perusahaan secara keseluruhan.
  - c. Menetapkan rancangan kerja dengan stafnya.
  - d. Bertugas melaporkan perkembangan perusahaan kepada direktur.
4. Supervisor Area
  - a. Mengawasi tugas-tugas pramuniaga.
  - b. Berkoordinasi dengan store manager untuk meningkatkan kinerja pramuniaga.
5. Supervisor Marketing Komunikasi
  - a. Bertanggung jawab dalam hal pemasaran barang dan brand pand's.
  - b. Membuat perencanaan dan melaksanakan program promosi.
  - c. Mengawasi tugas-tugas visual marchandise dan operator.
  - d. Berkoordinasi dengan store manager untuk peningkatan penjualan.
6. Supervisor Accounting
  - a. Bertanggungjawab atas ketertiban administrasi dan keuangan.
  - b. Mengawasi tugas-tugas keuangan dan pengawas kasir.
  - c. Berkoordinasi dengan store manager tentang perencanaan keuangan.
7. HRD/ Personalia
  - a. Bertanggungjawab dalam mengelola SDM kerabat kerja di Pand's (baik jumlah, kualitas, posisi, dan masalah)
  - b. Mengelola perekrutan kerabat kerja baru sesuai dengan kebutuhan.

- c. Membuat program untuk pengembangan SDM kerabat kerja.
  - d. Berkoordinasi dengan store manager tentang masalah pengembangan SDM.
8. Supervisor General Afair
- a. Mengawasi tugas-tugas cleaning service, teknisi, dan security.
  - b. Berkoordinasi dengan store manager dalam hal operasional, kebersihan, dan keamanan perusahaan.
9. Pramuniaga
- a. Bertanggung jawab secara langsung terhadap pengunjung Pand's.
  - b. Berkoordinasi dengan supervisor terhadap permasalahan yang muncul.
10. Visual Merchandise
- a. Bertanggungjawab terhadap desain display toko.
  - b. Berkoordinasi dengan supervisor terkait masalah desain display.
11. Operator
- a. Bertanggung jawab terhadap promosi, program-program toko, dan pemberi informasi kepada konsumen.
  - b. Berkoordinasi dengan supervisor terkait masalah promosi, program-program toko, dan informasi.
12. Keuangan
- a. Membuat dan menyampaikan laporan keuangan kepada manajer.
  - b. Membuat perencanaan keuangan.
  - c. Berkoordinasi dengan supervisor terkait masalah keuangan
13. Pengawas Kasir
- a. Mengawasi kinerja kasir.
  - b. Mengawasi sirkulasi keuangan dari kasir.
  - c. Berkoordinasi dengan supervisor terkait masalah kasir.
14. Kasir
- a. Bertugas menerima pembayaran dari konsumen.
  - b. Menjaga arus keuangan hasil penjualan.
15. Cleaning Service
- a. Bertanggungjawab terhadap kebersihan ruangan secara keseluruhan.

- b. Berkoordinasi dengan supervisor terkait masalah kebersihan.

16. Tekhnisi

- a. Bertanggung jawab terhadap kelancaran seluruh peralatan toko.
- b. Berkoordinasi dengan supervisor terkait masalah peralatan.

17. Security

- a. Bertanggungjawab terhadap keamanan dan kenyamanan toko.
- b. Berkoordinasi dengan supervisor terkait masalah keamanan dan kenyamanan.



## KUESIONER

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELI BUSANA MUSLIM (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PAND'S COLLECTION)**

Kepada Yth:

Bapak/ Ibu/ Saudara/i

Di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Bersama ini sebelumnya saya mohon maaf karena telah mengganggu kesibukan anda. Kami sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi Kuesioner dengan sejujur-jujurnya karena jawaban dari kuesioner tersebut akan digunakan sebagai data penelitian skripsi dengan judul **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim (Studi Kasus Pada Konsumen Pand's Collection)**. Saya adalah mahasiswa Prodi Keuangan Islam, UIN Sunan kalijaga Yogyakarta.

Demikian, atas bantuan dan kerja samanya diucapkan banyak terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Hormat Saya,

Munawir

#### **DAFTAR PERTANYAAN**

##### **Pertanyaan I (profil responden) :**

**Jawablah pertanyaan berikut dengan memberikan tanda silang (X).**

1. Jenis Kelamin Anda?
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Umur anda sekarang?
  - a. 17 tahun – 20 tahun
  - b. 21 tahun – 27 tahun
  - c. 28 tahun – 35 tahun
  - d. 36 tahun – 45 tahun
  - e. lebih dari 45 tahun,  
sebutkan.....

3. Kalau Anda sudah berkeluarga, berapa penghasilan total keluarga perbulan?
  - a. Kurang dari 1.000.000 perbulan
  - b. 1.001.000-3.000.000 perbulan
  - c. 3.001.000-4.500.000 perbulan
  - d. 4.501.000-7.000.000 perbulan
  - e. Lebih dari 7.000.000 perbulan
4. Kalau Anda masih kuliah, berapa uang saku anda perbulan?
  - a. Kurang dari 500 ribu perbulan
  - b. 500-700 ribu perbulan
  - c. Lebih dari 700 ribu perbulan
5. Dari mana anda mengenal Pand's?
  - a. Teman
  - b. Saudara
  - c. Media iklan,
  - d. Lain-lain, sebutkan.....
6. Sudah berapa lama anda mengenal Pand's?
  - a. Kurang dari 3 bulan
  - b. 3-6 bulan
  - c. Lebih dari 6 bulan, sebutkan.....
7. Berapa kali dalam 1 bulan anda belanja di Pand's?
  - a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. lain – lain, sebutkan.....
8. Kapan anda biasa membeli produk?
  - a. Setiap ada model baru
  - b. Baru mendapat uang saku/ gaji
  - c. Lain-lain,
9. Jenis produk apa yang biasa anda beli
  - a. Baju Muslim (P/W)
  - b. Kerudung
  - c. Peralatan Shalat
  - d. Lain-lain, sebutkan.....

**Pertanyaan II Variabel Independen (bauran pemasaran):**

A. Berikanlah tanda checklist ( ) pada salah satu jawaban yang saudara pilih!

Keterangan :

SS = Sangat setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga produk relatif murah dibanding toko lain					
2.	Harga sesuai dengan keunikan model					

3.	Harga produk terjangkau oleh konsumen					
4.	Harga produk sebanding dengan kualitasnya					
5.	Busana muslim yang dijual sesuai dengan selera konsumen					
6.	Mode produk Pand's selalu mengikuti trend					
7.	Busana muslim yang dijual Pand's mempunyai kualitas baik					
8.	Model produk yang ditawarkan beragam					
9.	Karyawan Pand's bersikap ramah terhadap konsumen					
10.	Karyawan pand's selalu memberikan pelayanan yang sigap terhadap permintaan konsumen					
11.	Pelayanan pada kasir relatif cepat					
12.	Pengawasan terhadap konsumen pada saat memilih produk ketat					
13.	Letak toko Pand's strategis					
14.	Tempat parkir memadai					
15.	Toko Pand's mudah dijangkau dengan transportasi umum					
16.	Tempatnya luas sehingga bisa leluasa dalam memilih					
17.	Brosur yang ditawarkan cukup menarik					
18.	Produk yang dipasang di etalase menarik perhatian konsumen untuk masuk ke toko					
19.	Penempatan papan iklan mudah terlihat oleh konsumen					
20.	Isi pesan pada iklan mudah terlihat oleh konsumen					
21.	Saya membeli produk karena tertarik pada saat melihat di toko					
22.	Pand's memberikan pelayanan tanpa membedakan kelas sosial pelanggan					
23.	Saya merasa puas setelah berbelanja di Pand's					
24.	Saya tidak membeli karena barang yang saya cari tidak ada					

Harga				Produk				Pelayanan				Lokasi				Periklanan				Kept. Beli				
2	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2	2	4	4	5	4	5	2	2	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	2	4	2	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	2	4	5	5	5	4	4	2	4	5	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	1	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	2	2	5	5	5	5	5
4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
5	2	4	4	5	5	5	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4
4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	2	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	5	5	4	4	4	2	2	4	4	5	5	2	2
2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2
2	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2
4	4	5	5	5	5	4	2	4	4	5	2	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	2	2
4	4	5	5	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	2	2	5	4	5	4	5	5

2	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	2	2	4	4	5	2
4	4	5	2	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	2	2	4	4	4	2	2
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	2	4	4	5	5	4	4	2	2	4	4	4	2
5	5	2	2	4	4	5	5	4	4	2	2	5	5	4	4	5	5	2	2	5	2	5	2
2	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	2	2	4	4	4	2
2	2	4	4	2	2	4	4	5	5	4	4	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2
4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	2	2	4	4	5	5	5	4	4	5	5	2
2	4	2	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	5	2
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	2	2	4	4	5	4	4	2	4	4	5	2
4	4	5	5	4	2	2	4	5	5	5	4	2	2	4	4	4	4	5	5	4	2	2	2
2	2	4	4	4	4	5	5	4	4	5	2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	2	2
4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	2	2
4	4	4	4	2	2	4	4	5	5	4	4	2	2	4	4	5	5	4	4	4	2	2	2
2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	2	4	4	5	4	4	5	5	4	5	2	2
4	4	5	5	2	2	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	2
2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	2	5	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	5	4	4	5	5	5	5	4	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	1
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	2	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2
4	4	4	2	2	4	5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	5	5	2	4	2	4	4	2
2	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4	5	4	4	2	2	4	4	2	5	4	4	4	2
2	4	4	4	4	2	4	5	5	5	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	4	5	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	2	2	4	2	2	4	4	2
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	2	5	5	4	4	5	5	4	2	5	5	5	2
4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	2	2	4	4	5	5	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	2	2	4	4	5	5	2	4	4	2	5	2	4	1
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	2	2	4	5
4	2	4	2	2	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	5	2
4	4	2	5	5	4	4	5	5	5	4	2	5	4	2	5	5	5	4	5	5	5	5	2
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
2	2	4	4	2	4	4	2	5	5	4	1	2	5	2	4	4	4	2	4	4	5	4	2
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	2
5	5	5	5	4	4	5	2	4	4	2	1	4	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	2
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	2	5	4	5	4	4	5	5	5	2
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	2	4	4	4	2	2	4	4	5	5	5	4	2
5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
2	5	2	2	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	5	2	4	4	4	4
4	2	2	4	5	5	5	4	5	4	2	2	4	4	5	5	4	4	2	2	5	4	4	2

4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	2	4	4	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4
4	4	4	4	2	4	4	5	5	4	5	2	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4
4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	1
4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	2
4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	2	4	4	5	5	4	5	2	2	5	5	4	2
4	4	2	2	2	2	4	4	4	5	5	4	5	5	4	2	5	5	4	4	5	5	5	1
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	1
4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	5	5
2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	2	4	4	5	4	4	4	5	2
2	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2
2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	2	5	4	4	4	5	4	4	2
4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	5	2
2	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	2	4	5	4	5	4	2	4	2	4	5	4	4
2	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	2	2	4	4	4	4	4	2

P_1	P_2	P_3_4	P_5	P_6	P_7	P_8	P_9
2	4	1	4	3	2	3	1
2	3	4	1	1	4	3	1
2	4	5	1	3	4	3	1
2	2	5	1	2	1	2	2
2	1	1	4	3	2	2	2
2	2	4	1	3	1	3	4
2	2	1	4	1	1	3	1
1	3	3	2	1	1	2	4
2	2	1	2	2	1	2	1
2	2	2	1	3	4	3	2
2	1	2	1	3	1	2	1
1	4	2	1	2	4	3	1
2	3	1	3	3	4	3	3
2	2	1	3	3	4	3	1
2	2	1	1	1	4	3	2
2	2	3	1	3	3	3	1
2	3	1	4	3	4	3	2
2	2	2	4	3	4	2	1
2	2	2	2	3	4	3	1
2	2	2	1	3	4	2	1
2	1	2	1	2	4	2	1
2	1	1	1	3	1	2	1
2	1	1	1	1	1	2	4
2	1	2	1	1	4	2	4
2	2	3	3	3	4	3	1
2	2	2	1	3	4	3	1
2	3	1	3	3	4	2	2
2	3	4	1	3	4	3	1
2	3	1	1	3	3	2	1
2	3	1	3	3	4	3	2
2	5	2	4	3	4	3	4
2	3	2	3	3	4	3	1
1	3	2	3	2	4	3	1
1	2	4	1	3	4	2	1
1	4	1	3	3	2	2	1
2	4	3	4	2	4	3	2
2	2	3	1	3	4	3	1
2	2	2	4	2	4	2	1
2	2	1	1	3	4	3	1
2	2	2	1	3	2	1	1
2	3	1	2	1	1	3	1
2	1	1	3	2	4	2	1
1	2	4	3	2	3	1	1
2	3	3	1	3	1	3	2
2	2	3	1	3	4	3	1

2	2	1	2	2	2	3	1
2	2	5	2	2	4	2	2
2	2	3	1	2	1	1	1
1	2	4	1	2	1	3	1
2	3	1	4	1	2	2	4
1	4	1	3	1	2	3	4
2	2	1	4	3	4	2	1
2	4	1	3	3	4	3	1
2	2	2	3	3	4	3	2
2	3	1	4	2	1	3	4
2	3	3	1	2	1	1	1
2	2	1	3	2	4	3	1
2	1	3	2	3	1	2	2
1	2	2	2	1	2	2	1
2	2	2	3	2	1	3	1
2	2	2	2	3	4	3	1
1	3	3	2	2	1	1	1
2	2	1	3	2	4	3	2
2	2	3	3	2	1	2	2
1	2	3	1	3	4	3	1
2	2	2	1	3	4	3	4
1	3	1	1	3	1	2	1
2	2	1	1	2	1	2	4
2	3	2	3	3	4	3	4
2	2	2	3	3	4	3	1
2	1	1	3	3	3	1	1
2	2	1	1	2	1	3	2
2	1	2	3	3	3	1	1
2	1	2	1	1	4	3	2
1	4	2	1	1	1	2	1
2	2	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	4	3	3
2	5	2	3	3	1	3	1
2	1	1	1	3	1	1	1
2	2	1	1	3	1	1	2
2	3	2	2	3	3	1	1
1	2	3	2	1	1	2	1
2	3	3	3	3	4	2	1
2	4	1	3	3	4	3	1
2	1	2	1	3	4	1	2
1	2	3	3	1	2	2	1
1	2	3	1	1	1	3	1
2	2	1	4	3	1	3	2
2	2	2	4	3	4	2	4
2	2	3	1	1	4	2	1
2	2	3	1	3	4	3	4



2	2	3	3	3	4	3	4
2	2	2	4	3	4	1	1
2	2	3	1	3	3	1	1
2	3	2	1	1	3	1	1
1	5	1	1	2	4	3	1
1	4	3	4	1	2	2	1
2	2	2	2	3	4	2	1
1	2	3	1	1	2	2	1
2	3	3	1	3	2	2	1

## BIODATA PENULIS



Nama : M U N A W I R  
TTL : Indramayu, 19 Agustus 1988  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Status : Belum Kawin  
No. HP : 0856 43329 042/ 0852 24700 726  
e-mail : [munawir88@gmail.com](mailto:munawir88@gmail.com)  
Alamat : Jl. Raya Lajer Gg. KH. Idris No. 148 RT/RW 01/01 Blok  
Sukamukti  
Desa Lajer Kec. Tukdana Kab. Indramayu Prov. Jawa Barat

### Riwayat Pendidikan Formal/ Non Formal

1. Madrasah Ibtida'iyah Al-Qohariyah Lajer Tahun 1994-2000
2. Madrasah Tsanawiyah Negeri Widasari 2000-2003
3. Madrasah Aliyah Al-Ma'had An-Nur Bantul-Yogyakarta 2003-2006
4. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2007-2012
5. Pondok Pesantren Al-Makmur Lajer
6. Pondok Pesantren Al-Ma'had An-Nur Sewon, Bantul, Yogyakarta

### Pengalaman Organisasi

1. Divisi Pendidikan OSIS MA Al-Ma'had An-Nur Tahun 2004-2005
2. Anggota KHASANAH Keluarga Santri An-Nur Asal Jawa Barat
3. Anggota KOPMA UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2007-Sekarang
4. Divisi Litbang Lembaga Pers Koperasi Mahasiswa (LPKM) UIN Sunan Kalijaga Tahun 2008-2009
5. Divisi Intelektual Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon Ashram Bangsa UIN Sunan Kalijaga Tahun 2008-2009
6. SENAT Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN SuKa Tahun 2009-2010
7. Anggota Forum Studi Ekonomi Islam (Forsei) UIN Sunan Kalijaga Tahun 2008-sekarang

8. Anggota INKAI Karate do Indonesia UIN Sunan Kalijaga Tahun 2008-2009
9. Ketua Umum Keluarga Pelajar dan Mahasiswa Indramayu (KAPMI) D.I. Yogyakarta Tahun 2009-2010
10. Wakil Ketua Ikatan Santri dan Alumni Al-Makmuriyah (INSANIA) Lajer Tahun 2008-sekarang
11. Anggota Karang Taruna “Tunas Karya” Desa Lajer Tahun 2012-sekarang