

PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELI BUSANA MUSLIM

(Studi Kasus pada Konsumen Toko Assidiq Yogyakarta)



SKRIPSI

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

Oleh:

NAIMA HAYATI
07390113

PEMBIMBING:

- 1. Dra. Hj. WIDYARINI, M.M**
- 2. Drs. IBNU MUHDIR, M.Ag**

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

ABSTRAK

Pengambilan keputusan beli merupakan salah satu perilaku konsumen yang diambil setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Perilaku konsumen dalam hal ini tidak berhenti pada keputusan beli saja, namun akan berlanjut pada perilaku pasca pembelian. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keputusan beli konsumen. Di dalam penelitian mengkhususkan pada lima faktor, yaitu persepsi konsumen terhadap harga, produk, pelayanan, tempat, dan periklanan untuk mengetahui keputusan beli busana muslim di toko Assidiq Yogyakarta. Persepsi digunakan karena pendapat seseorang terhadap suatu obyek yang sama dimungkinkan berbeda.

Penelitian ini termasuk penelitian studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, kuesioner dan observasi. Populasi diambil dari konsumen ibu-ibu yang berbelanja di toko Assidiq. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap harga, produk, pelayanan, tempat, dan periklanan. Sedangkan keputusan beli busana muslim merupakan variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan uji F menyatakan bahwa variabel persepsi konsumen terhadap harga, produk, pelayanan, tempat, dan periklanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan pada pengambilan keputusan beli busana muslim. Sementara uji-t (parsial) menunjukkan bahwa variabel persepsi konsumen terhadap produk, tempat, dan periklanan berpengaruh signifikan pada pengambilan keputusan beli busana muslim. Variabel persepsi konsumen terhadap harga dan pelayanan tidak berpengaruh signifikan pada pengambilan keputusan beli busana muslim.

Kata kunci: Keputusan Beli, Persepsi Konsumen Terhadap Harga, Produk, Pelayanan, Tempat, dan Periklanan.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi

Saudari Naima Hayati

Lamp : -

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 Saudari:

Nama	: Naima Hayati
NIM	: 07390113
Judul Skripsi	: Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim (Studi Kasus pada Konsumen Toko Assidiq Yogyakarta)

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 9 Dzulhijjah 1433 H

25 Oktober 2012 M

Pembimbing I

Dra. Hj. Widyarini, M.M

NIP. 19600407 198601 2 002



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Saudari Naima Hayati

Lamp : -

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 Saudari:

Nama	: Naima Hayati
NIM	: 07390113
Judul Skripsi	: Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim (Studi Kasus pada Konsumen Toko Assidiq Yogyakarta)

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 9 Dzulhijjah 1433 H
25 Oktober 2012 M

Pembimbing II

Drs. Ibnu Muhdir, M.Ag
NIP. 19661119 199203 1 002



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga FM-UINSK-BM-05-03/RO

PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor : UIN.02/K.KUI-SKR/PP.009/310/2012

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul: **“Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim (Studi Kasus pada Konsumen Toko Assidiq Yogyakarta)”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Naima Hayati
NIM : 07390113
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 20 November 2012
Nilai Munaqasyah : A/B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tim Munaqosah
Ketua,

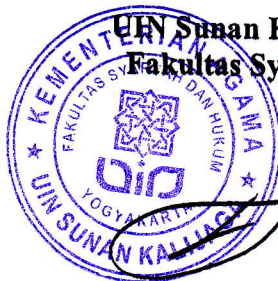
Dra. Hj. Widvarini, M.M
NIP. 19600407 198601 2 002

Penguji I

Joko Setyono, S.E, M.Si
NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji II

M. Kurnia Rahman Abadi, S.E, M.M
NIP. 19780503 200604 1 002



UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Syari'ah dan Hukum
Dekan

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

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Naima Hayati
NIM : 07390113
Program Studi : Keuangan Islam

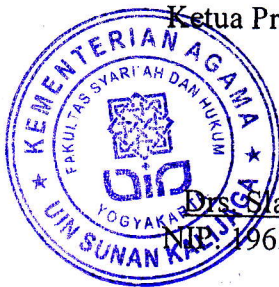
Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim (Studi Kasus pada Konsumen Toko Assidiq Yogyakarta)"** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

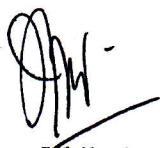
Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 9 Dzulhijjah 1433 H
25 Oktober 2012 M

Ketua Prodi Keuangan Islam




Drs. Slamet Khilmi, M.Si.
NIP. 19631014 199203 1 002

Penyusun



Naima Hayati
NIM. 07390113

MOTTO

*Teruslah Mengejar Mimpi Mu,
Namun Jangan Sekali-Kali Hidup Dalam Mimpi.*

*Tak Ada Orang Yang Tak Pernah Merasakan Derita,
Namun Ingatlah Bahwa Allah Menguji Kita Hanya Sebatas
Kemampuan Yang Kita Punya.*

PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI PENULIS PERSEMBAHKAN KEPADA:
KEDUA ORANG TUA PENULIS (Bpk. Nurdin & Ibu. Murtini)
SAUDARA-SAUDARA PENULIS
(Mb. Yuyuk, Mz. Awi, Bagus, Daus, Putri)
TEMAN-TEMAN KUI'07 (Zulya, Ami, Tri, Umi, Lia)
SEMUA YANG MEMBERIKAN SEMANGAT & MOTIVASINYA
(D-fm, Q-ni, In Nuri, Badi'ah, Rochimah)
ALMAMATER TERCINTA (UIN SUNAN KALIJAGA 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	șâ'	ș	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	z	zet (dengan titik di atas)
ر	râ'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	șâd	ș	es (dengan titik di bawah)
ض	đâd	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭâ'	ṭ	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			w

هـ	wâwû	w	ha
ء	hâ'	h	apostrof
ي	hamzah	'	Ye
	yâ'	Y	

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

C. Ta' Marbutah Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
علة	Ditulis	'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-auliya'
----------------	---------	--------------------

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

زكاة الفطر	Ditulis	Zakâh al-fîṭri
------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

فعل	fathah	ditulis	A
فعل		ditulis	fa'ala
ذكر	kasrah	ditulis	i
ذكر		ditulis	zūkira
يذهب	dammah	ditulis	u
يذهب		ditulis	yażhabu

E. Vokal Panjang

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

F. Vokal Rangkap

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

G. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan

Apostrof

الانتم	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	Żawî al-furûd
اهل السنة	Ditulis	ahl as-sunnah

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم
الحمد لله رب العلمين، أشهد أن لا إله إلا الله وأشهد أن محمدًا عبده ورسوله.
اللهم صل وسلم على أشرف الأنبياء والمرسلين، وعلى آله وصحبه أجمعين.
وبعد

Puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadlirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim (Studi Kasus pada Konsumen Toko Assidiq Yogyakarta)”**. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah kehadlirat junjungan Nabi besar Muhammad Saw. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam penyusunannya, peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak dari pembuatan proposal hingga terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, penulis merasa perlu untuk menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Musa Asy'arie, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Noorhaidi, M. A., M. Phil., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Manajer Toko Assidiq Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis dalam melakukan penelitian ini.
4. Bapak Drs. Slamet Khilmi, M.Si. selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Ibu Dra. Hj. Widyarini, M.M selaku pembimbing I, yang telah membimbing dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
6. Bapak Drs. Ibnu Muhdir, M.Ag. selaku pembimbing II, yang telah membimbing dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
7. Kedua orang tua dan saudara-saudara yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta do'a kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
8. Segenap staf Tata Usaha Prodi Keuangan Islam dan staf Tata Usaha Fakultas Syariah dan Hukum yang memberi kemudahan administratif bagi penyusun selama masa perkuliahan.
9. Segenap staff toko Assidiq yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.
10. Sahabat-sahabatku KUI angkatan 2007 yang telah memberikan semangat, motivasi, dan kebersamaannya selama ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan bekerja sama dengan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari skripsi ini jauh dari sempurna. Namun, peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembacanya.

Yogyakarta, 31 Oktober 2012
Penyusun,

Naima Hayati
NIM. 07390113

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pokok Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Sistematika Pembahasan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Telaah Pustaka	8
B. Kerangka Teori	10

1. Perilaku Konsumen	10
2. Perilaku Konsumen Dalam Pandangan Islam	20
3. Keputusan Pembelian	23
4. Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	25
C. Hipotesa	32

BAB III METODE PENELITIAN DAN GAMBARAN UMUM

TOKO ASSIDIQ YOGYAKARTA

A. Metode Penelitian	37
1. Populasi dan Sampel	37
2. Definisi Operasional Variabel	38
3. Instrumen Pengumpulan Data.....	39
4. Teknik Pengumpulan Data	39
5. Alat Analisis Data	41
B. Gambaran Umum Toko Assidiq	46
1. Profil dan Sejarah Toko Assidiq	46
2. Visi dan Misi Sidiq Manajemen.....	47
3. Struktur Organisasi Sidiq Manajemen	48

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Kualitatif	49
B. Analisis Kuantitatif	55
1. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	55
a. Uji Validitas	55

b. Uji Reliabilitas	59
2. Hasil Uji Regresi	63
a. Uji Normalitas	63
b. Uji Heteroskedastisitas	63
c. Uji Multikolinieritas	64
3. Analisis Regresi Linier Berganda	65
a. Koefisien Determinasi	65
b. Uji F	66
c. Uji t	66
4. Uji Hipotesis	67
5. Interpretasi Pembahasan	70
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	79
B. Saran-Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	I

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	42
Tabel 3.2. Tabel Arti Signifikansi Uji Satu Sisi	46
Tabel 4.1. Usia Responden.....	49
Tabel 4.2. Pekerjaan Responden dan Suami Responden	50
Tabel 4.3. Rata-rata Penghasilan Keluarga Responden per Bulan.....	50
Tabel 4.4. Pendidikan Suami Responden dan Responden.....	51
Tabel 4.5. Rata-Rata Pengeluaran Konsumen Ketika Belanja.....	51
Tabel 4.6. Modus Umur dan Status Kelas Sosial Responden	52
Tabel 4.7. Sumber Responden Mengenal Assidiq	52
Tabel 4.8. Frekuensi Responden Belanja di Assidiq.....	53
Tabel 4.9. Motivasi Responden Membeli Busana Muslim	53
Tabel 4.10. Model Busana Muslim yang Diinginkan Responden	54
Tabel 4.11. Modus Informasi Mengenai Toko Assidiq	54
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Konsumen Terhadap Harga	56
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Konsumen Terhadap Produk... ..	56
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan.	57
Tabel 4.15. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Konsumen Terhadap Tempat.....	58

Tabel 4.16. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Konsumen Terhadap	
Periklanan.....	58
Tabel 4.17. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Beli	59
Tabel 4.18. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Konsumen Terhadap	
Harga	60
Tabel 4.19. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Konsumen Terhadap	
Produk	60
Tabel 4.20. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Konsumen	
Terhadap Pelayanan	61
Tabel 4.21. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Konsumen	
Terhadap Tempat.....	61
Tabel 4.22. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Konsumen	
Terhadap Periklanan.....	62
Tabel 4.23. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Beli	62
Tabel 4.24. Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF	65
Tabel 4.25. Hasil Uji Statistik-t.....	67
Tabel 4.26. Tabel Arti Signifikansi Uji Satu Sisi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Perseptual.....	17
Gambar 2.2. Proses Keputusan Membeli.....	23
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Sidiq Manajemen	48
Gambar 4.1. Skatterplot	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Terjemah Al-Qur'ân.....	I
2 Kuesioner Penelitian	II
3 Data Profil Responden	V
4 Rekapitulasi Item Pertanyaan.....	VIII
5 Hasil Perhitungan Profil Responden	XII
6 Hasil Uji Validitas.....	XV
7 Hasil Uji Reliabilitas.....	XVIII
8 Hasil Uji Asumsi Klasik	XX
9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	XXII
10 Surat Permohonan Penelitian	XXIII
11 Surat Keterangan Penelitian.....	XXIV
12 Curriculum Vitae	XXV

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini persaingan bisnis semakin ketat karena setiap perusahaan ingin memberikan pelayanan terbaik bagi setiap konsumennya. Perusahaan berusaha memenuhi keinginan konsumen yang setiap saat dapat berubah seiring dengan perkembangan zaman. Kepuasan konsumen adalah tujuan utama suatu perusahaan. Dengan munculnya kepuasan konsumen baik dalam hal pembelian maupun layanan, konsumen cenderung akan kembali lagi berbelanja dan bahkan dapat berbicara tentang kebaikan perusahaan (toko) kepada orang lain. Salah satu bisnis yang banyak bermunculan saat ini adalah bisnis pakaian. Pakaian merupakan kebutuhan setiap orang yang tak dapat ditinggalkan.

Masyarakat di Yogyakarta telah mengenal tren model pakaian. Berbagai model pakaian pada akhirnya mengalami perkembangan untuk memenuhi keinginan konsumen. Dewasa ini mulai berkembang toko pakaian yang menjual produk-produk busana muslim. Bisnis busana muslim mulai diminati karena telah banyak orang tertarik dengan busana muslim yang modis, sehingga berbusana muslimpun tidak lagi dianggap kuno dan ketinggalan zaman. Meskipun telah banyak toko yang menawarkan produk-produk busana muslim, namun tidak semua busana muslim yang dijual bisa dikatakan *kaffah*. Busana muslim merupakan busana/pakaian yang digunakan untuk menutup aurat pemakainya, sementara busana yang *kaffah* merupakan busana muslim yang dapat menutup

aurat sesuai dengan tuntutan agama. Setiap konsumen bisa mendapatkan busana muslim yang *kaffah* dan modis, akan tetapi busana muslim yang modis belum tentu *kaffah*. Dikatakan modis tapi tidak *kaffah* karena busana muslim tersebut menutup aurat namun masih dapat memperlihatkan lekuk tubuh pemakainya. Pakaian mempunyai dua fungsi dalam pandangan Islam, yaitu sebagai alat untuk menutup aurat dan sebagai perhiasan bagi pemakainya. Ayat Al-Qur'ân yang menjelaskan kedua fungsi tersebut yaitu:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلٰيكَ لِبَاسًا يُّوَارِي سَوْآتَكَمْ وَرِيثًا¹

Salah satu toko yang menjalankan usaha dibidang busana muslim adalah toko Assidiq. Toko Assidiq tidak hanya menyediakan berbagai macam model busana muslim, akan tetapi juga tersedia kerudung, perlengkapan sholat, perlengkapan haji dan yang lainnya. Toko Assidiq mencoba menyediakan busana muslim untuk seluruh keluarga. Sehingga busana muslim yang ditawarkan bukan hanya busana wanita, namun juga busana pria dan anak-anak. Toko Assidiq memperbolehkan pelanggannya menukarkan maupun mengembalikan barang yang sudah dibeli dengan ketentuan belum melebihi 7 hari setelah transaksi, dapat menunjukkan nota pembelian, barang belum dipakai, dan barang tidak cacat serta rusak. Toko Assidiq memberikan kartu member kepada konsumen setelah berbelanja Rp 500.000 dengan fasilitas diskon 5% - 10% untuk belanja selanjutnya. Sementara bagi konsumen yang berbelanja di atas Rp 100.000 maka akan mendapat kartu diskon untuk belanja selanjutnya selama 3 kali transaksi. Fasilitas lain yang diberikan oleh toko ini adalah melayani kredit bagi instansi

¹ Al-A'râf (7): 26.

(bagi karyawan suatu instansi yang masuk daftar) dan melayani antar jemput gratis bagi pemegang kartu VIP (dalam batas tempat yang telah ditentukan).

Keberadaan toko tidak akan lengkap tanpa adanya pembeli (konsumen). Toko didirikan untuk memfasilitasi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan konsumen pada saat membeli. Konsumen memiliki hak untuk meneruskan maupun meninggalkan keputusan belinya. Untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli, manajer toko harus memprediksikan berbagai hal yang mungkin menjadi pertimbangan konsumen.

Ada berbagai macam faktor yang mempengaruhi keputusan beli konsumen, antara lain yang dipakai dalam penelitian ini adalah faktor persepsi konsumen terhadap harga, produk, pelayanan, tempat, dan periklanan. Harga produk merupakan salah satu kunci konsumen dalam menentukan keputusan belinya. Harga harus sesuai dengan kualitas produk karena konsumen tidak selalu terpaku pada penawaran harga yang rendah. Sebagian konsumen akan lebih senang dengan produk yang berkualitas bagus meskipun dengan harga yang tinggi. Namun ada kalanya busana muslim dikatakan bagus dan berkualitas dengan harga yang murah, hal ini bisa dikarenakan model sudah tidak lagi tren atau karena sedang ada diskon. Toko Assidiq menyediakan berbagai macam produk busana muslim dengan harga yang bervariasi, dari harga yang rendah sampai harga yang tinggi.

Pelayanan toko juga berpengaruh terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian. Meskipun toko tidak menawarkan jasa, namun jasa pelayanan oleh karyawan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam

berbelanja. Profesionalnya pelayanan toko akan memberikan kenyamanan terhadap konsumen. Pelayanan toko sendiri harus sesuai dengan karakter yang dibangun toko. Toko Assidiq yang memberikan *image* Islami mencoba memberikan pelayanan dengan cara Islami juga. Semua karyawan perempuan diwajibkan memakai kerudung sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen bahwa toko tersebut benar-benar menjanjikan produk-produk muslim.

Selain kenyamanan dalam pelayanan, konsumen juga sering membutuhkan kenyamanan dalam hal tempat. Tempat yang bagus dapat menarik minat konsumen pada saat melihat toko, sementara ruangan toko yang nyaman dapat memuaskan konsumen dalam memilih barang yang akan dibeli. Toko Assidiq menyediakan kursi tunggu bagi para konsumennya. Kursi tersebut dapat dimanfaatkan bagi konsumen yang ingin istirahat sebentar saat berbelanja maupun bagi yang hanya sekedar menemani belanja.

Periklanan merupakan alat yang sangat penting untuk pengenalan toko terhadap para calon konsumen. Toko Assidiq melakukan iklan penjualan melalui baliho, sponsor TV (TVRI pada saat Ramadhan), dan brosur yang akan disebar pada saat-saat tertentu. Pajangan busana muslim di etalase toko dan papan nama toko juga dapat digunakan sebagai penambah daya tarik konsumen. Mengenalkan toko pada calon konsumen sangatlah penting karena toko tidak akan berkembang tanpa adanya konsumen.

Dari penjelasan yang diuraikan dalam latar belakang di atas, maka judul penelitian ini adalah “Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim (Studi Kasus pada Konsumen Toko Assidiq Yogyakarta)”.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Apakah Keputusan Beli Busana Muslim di Toko Assidiq Yogyakarta Dipengaruhi Oleh Persepsi Konsumen Terhadap Harga, Produk, Pelayanan, Tempat, dan Periklanan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah keputusan beli busana muslim di toko Assidiq dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap harga, produk, pelayanan, tempat, dan periklanan.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi peneliti, penelitian ini berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan peneliti tentang pemasaran khususnya perilaku konsumen.
- b. Bagi akademisi, penelitian ini berguna untuk memberikan wawasan dan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pemasaran dan perilaku konsumen.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan menggambarkan alur pemikiran isi skripsi dari awal BAB hingga kesimpulan akhir. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini menjelaskan landasan teori yang memuat telaah pustaka, kerangka teoritik, dan hipotesis.

Bab III :Metodologi Penelitian dan Gambaran Umum

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian dan profil toko Assidiq. Metodologi penelitian berisi tentang populasi dan sampel penelitian, definisi operasional variabel, instrumen pengumpulan data, teknik pengumpulan data, dan alat analisis data. Sementara profil toko Assidiq berisi tentang profil dan sejarah toko Assidiq, visi dan misi, serta struktur organisasi Sidiq Manajemen.

Bab IV:Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini merupakan inti dari penelitian yang berisi tentang interpretasi terhadap hasil pengolahan data dengan menggunakan teori-teori yang telah dipilih.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran hasil penelitian yang ditujukan kepada berbagai pihak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Mayoritas konsumen toko Assidiq adalah ibu-ibu yang berada di kelas sosial menengah-menengah atas. Sebagian besar konsumen mengenal toko Assidiq pada saat lewat toko dan melakukan pembelian karena suka dengan modelnya. Konsumen membeli busana muslim belum mempertimbangkan kaffah tidaknya, mereka lebih tertarik pada busana muslim yang modis.

1. Hasil uji F menunjukkan bahwa model berpengaruh signifikan, yaitu keputusan beli busana muslim dipengaruhi secara bersama-sama oleh persepsi konsumen terhadap harga, produk, pelayanan, tempat, dan periklanan.
2. Hasil uji parsial yang menggunakan uji satu sisi menunjukkan bahwa variabel independen persepsi konsumen terhadap produk berpengaruh positif signifikan lemah (6,8%), persepsi konsumen terhadap tempat berpengaruh positif signifikan kuat (0%), dan persepsi konsumen terhadap periklanan berpengaruh positif signifikan moderat (1,7%). Sementara variabel persepsi konsumen terhadap harga (14,8%) dan pelayanan (16,3%) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli busana muslim di toko Assidiq Yogyakarta.

B. Saran-saran

1. Meskipun banyak konsumen yang sudah mengenal toko Assidiq, namun alangkah baiknya apabila manajer toko lebih meningkatkan periklanan. Periklanan yang perlu ditambahkan adalah dengan memberikan brosur kepada para konsumen maupun calon konsumen. Brosur harus selalu disediakan karena banyak konsumen yang baru mengenal toko Assidiq, sehingga pengenalan produk-produk toko dan fasilitas yang lain dapat dijelaskan di brosur. Apabila memungkinkan, brosur dapat disebar ke calon konsumen yang potensial. Misalnya di perumahan, pada saat ada pameran/acara tertentu, dan yang lainnya.
2. Sementara penempatan papan iklan (baliho) toko sebaiknya di tempat yang mudah dilihat orang sehingga iklan tersebut dapat berfungsi secara maksimal.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen yang belum disebutkan dalam penelitian ini, mengingat hasil uji determinasi masih rendah yaitu 44,3%.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an:

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Syamil, 2005.

Ekonomi:

Adisucipto, Gunawan, *Manajemen Pemasaran: Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010.

B, Triton P, *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*, Yogyakarta: Andi Offset, 2006.

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, edisi ke-3, Semarang: Badan Penerbit-UNDIP, 2005.

Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama cetakan keenam, Yogyakarta: BPFE, 2000.

Hadi, Samsul dan Widayarini, *Metodologi Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2009.

Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, alih bahasa Bob Sabran, Jakarta: Erlangga, 2008.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: ERLANGGA, 1999.

Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba empat, 2001.

Mown, John C. dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, alih bahasa Dwi Kartini Yahya, Jakarta: Erlangga, 2001.

Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2010.

Stanton, William J., *Prinsip Pemasaran*, jilid 1, edisi ke-7, Jakarta: Erlangga, 1984.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Swastha, Basu dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen* Yogyakarta: Liberty, 1982.

Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.

V. Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, dan Umum*, Yogyakarta: Global Media Informasi, 2008.

Winardi, *Promosi dan Reklame*, Bandung: Mandar Maju, 1992.

Ekonomi Islam:

Badroen, Faisal dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.

Ismail, Muhammad Muhammad, *Bunga Rampai Pemikir Islam*, Yogyakarta: Gema Insani Press, 1998.

Manan, M. Abdul, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1997.

Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2006.

Suprayitno, Eko, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Malang: UIN-Malang Press, 2008.

Skripsi:

Netti Budi Purnama Sari, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Membeli Produk Di Toko Flora Busana Muslim Yogyakarta, *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga 2007 tidak dipublikasikan

Suciati, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Di Karita Muslim Square, *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga 2010 tidak dipublikasikan

Website:

<http://frans-mylifeaurora.blogspot.com/2012/02/umr-yogyakarta-2012.html>, akses 30 Juli 2012.

http://eprints.undip.ac.id/32139/1/Skripsi_4.pdf, akses 4 Oktober 2012.

LAMPIRAN - LAMPIRAN



LAMPIRAN 1: Terjemah Al-Qur'ân

No. Hlm	No. Catatan Kaki	Terjemah
2	1	Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian taqwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.
18	18	Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.
19	20	Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.
19	21	Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu.
19	22	Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.
20	23	Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.
20	24	Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya me-nyembah kepada-Nya.
69	4	Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.
70	5	Katakanlah kepada laki-laki yang beriman, agar mereka menjaga pandangannya, dan memelihara kemaluannya; yang demikian itu lebih suci bagi mereka. Sungguh, Allah Maha Mengetahui apa yang mereka perbuat. 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 menutupi kain kerudung ke dadanya....

LAMPIRAN 2: DAFTAR KUESIONER

DAFTAR KUESIONER

PENGAMBILAN KEPUTUSAN BELI BUSANA MUSLIM

(Studi Kasus pada Konsumen Toko Assidiq Yogyakarta)

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan guna memenuhi persyaratan tugas skripsi pada Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Bersama ini, saya mohon kesediaan ibu/sdri untuk mengisi kuesioner. Saya sangat berharap kuesioner diisi dengan jujur, sesuai dengan keadaan sebenarnya. Jawaban dari kuesioner akan kami gunakan sebagai data penelitian yang berjudul:

“Pengambilan Keputusan Beli Busana Muslim (Studi Kasus pada Konsumen Toko Assidiq Yogyakarta”

Demikian permohonan ini, atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 6 Agustus 2012

Hormat Saya

Naima Hayati
07390113

DAFTAR PERTANYAAN
Pertanyaan I (Profil Responden)

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan realita anda.

1. Berapa usia anda?
 - a. 20 th-25 th
 - b. 26 th- 30th
 - c. 31th-40th
 - d. > 40th
2. Apa pekerjaan anda?
 - a. PNS
 - b. Pegawai swasta
 - c. Ibu rumah tangga
 - d. Wiraswasta
 - f. Lain-lain (sebutkan)...
3. Apa pekerjaan suami anda?
 - a. PNS
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Petani
 - d. Wiraswasta
 - e. Lain-lain(sebutkan)...
4. Berapa rata-rata total penghasilan keluarga anda (suami dan istri) per bulan?
 - a. <Rp2.000.000
 - b. Rp2.000.100 – Rp 3.500.000
 - c. Rp 3.500.100 – Rp 5.000.000
 - d. Rp5.000.100 – Rp7.000.000
 - e. >Rp7.000.000

5. Apa pendidikan terakhir anda dan suami?

Suami		Istri	
a. SD	d. S1	a. SD	d. S1
b. SLTP	e. Pasca sarjana	b. SLTP	e. Pasca sarjana
c. SLTA	f. Lain-lain (sebutkan)...	c. SLTA	f. Lain-lain (sebutkan)...

6. Dari mana anda mendapat informasi tentang toko Assidiq?
 - a. Pada saat lewat toko
 - b. Saudara/teman
 - c. Radio
 - d. TV (sebagai sponsor acara)
 - e. Baliho
 - d. Brosur
 - f. lain-lain (sebutkan)...
7. Berapa kali anda belanja busana muslim di toko Assidiq?
 - a. 1 bulan sekali
 - b. 2 bulan sekali
 - c. 3 bulan sekali
 - d. Lain-lain (sebutkan)...
8. Apa yang memotivasi anda membeli produk?
 - a. Model yang sedang tren
 - b. Suka dengan modelnya
 - c. Keperluan busana pesta/acara tertentu
 - d. Baru saja mendapat gaji/uang saku
 - e. Lain-lain (sebutkan)...
9. Model busana muslim seperti apa yang anda inginkan?
 - a. Busana muslim modis
 - b. *Kaffah* (menutup aurat sesuai tuntutan agama)
 - c. *Kaffah* tetapi modis
 - d. Lain-lain(sebutkan)...
10. Rata-rata pengeluaran anda setiap kali belanja?
 - a. < Rp 50.000
 - b. Rp 50.100 – Rp 100.000
 - c. Rp 100.100 – Rp 300.000
 - c. Rp 300.100 – Rp 500.000
 - d. > Rp 500.000

Pertanyaan II (Tentang Pernyataan Responden)

Berilah tanda centang (✓) pada salah satu jawaban di bawah ini sesuai dengan pilihan anda, dengan ketentuan:

SS = Sangat Setuju N = Netral SKS = Sangat Kurang Setuju
S = Setuju KS = Kurang Setuju

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	KS	SKS
1	Harga produk di toko Assidiq relatif lebih murah dibanding dengan toko busana muslim lain					
2	Harga produk di toko Assidiq sebanding dengan keunikan model					
3	Harga produk di toko Assidiq sebanding dengan kualitas kainnya					
4	Harga produk terjangkau oleh konsumen					
5	Model-model busana muslim di toko Assidiq sesuai dengan selera saya					
6	Model busana muslim mengikuti perkembangan tren					
7	Busana muslim di toko Assidiq mempunyai kualitas kain yang bagus					
8	Banyak alternatif pilihan busana muslim yang <i>kaffah</i> (sesuai norma agama)					
9	Karyawan toko Assidiq ramah					
10	Karyawan menawarkan bantuan ketika saya sedang mencari produk yang saya inginkan					
11	Karyawan cepat tanggap terhadap permintaan konsumen pada saat mencari barang yang diinginkan					
12	Pelayanan pada kasir cekatan					
13	Tersedianya kursi tunggu yang nyaman untuk konsumen					
14	Suasana toko menjadikan saya nyaman dalam berbelanja					
15	Penataan barang di toko Assidiq memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan					
16	Penataan barang di toko Assidiq rapi					
17	Penempatan papan iklan (baliho) mudah dilihat oleh konsumen					
18	Desain papan iklan menarik minat konsumen					
19	Pajangan busana muslim pada etalase (ruang pamer) toko mengundang minat pengunjung untuk datang					
20	Papan nama yang ada di depan toko memudahkan saya menemukan letak toko Assidiq					
21	Saya membeli karena harganya relatif murah					
22	Saya membeli karena tertarik pada pilihan model yang disampaikan oleh karyawan					
23	Kenyamanan ruangan membuat saya puas dalam memilih produk yang saya beli					
24	Saya membeli busana muslim karena produk yang ditawarkan sesuai selera saya					

LAMPIRAN 3: DATA PROFIL RESPONDEN

P1	P2	P3	P4	P5a	P5b	P6	P7	P8	P9	P10
2	3	4	2	3	3	1	4	2	3	3
4	2	1	3	4	4	1	3	2	1	3
4	4	1	4	4	4	1	3	2	3	3
4	1	1	4	6	4	7	1	2	2	3
3	1	1	5	5	5	2	1	3	2	3
3	3	4	1	2	2	2	1	1	3	1
4	4	1	4	4	4	1	3	2	1	3
3	1	1	4	3	3	1	3	2	1	2
4	5	4	3	6	3	2	4	2	1	3
4	1	1	4	4	5	1	1	2	2	3
2	4	2	2	3	3	1	1	1	3	4
3	3	4	1	2	2	1	1	3	1	4
4	1	1	4	4	4	1	4	5	3	2
2	3	1	2	4	3	6	4	5	1	2
4	1	1	5	5	5	1	4	3	2	3
3	1	2	3	4	4	1	4	5	4	2
4	1	1	5	4	4	1	4	2	2	2
4	3	5	2	3	2	7	2	2	1	3
4	4	1	3	6	6	1	4	5	1	4
1	3	4	3	2	1	1	3	3	1	2
4	3	1	5	5	4	1	4	5	2	4
3	1	1	5	4	5	1	4	5	4	4
3	2	2	2	3	3	1	1	4	1	2
4	5	5	3	3	3	2	4	3	2	3
3	4	4	3	4	4	1	4	3	1	3
4	3	5	2	4	2	1	4	2	2	4
1	3	1	3	4	2	1	4	2	2	3
3	4	1	3	4	3	1	2	4	1	3
3	3	1	2	4	3	1	2	4	1	3
3	2	2	2	4	4	2	4	2	2	1
4	4	1	4	3	3	1	4	2	1	4
3	4	1	4	4	3	1	4	2	1	4
4	1	1	5	4	4	1	4	3	1	2
4	3	1	4	4	4	1	4	3	2	3
4	1	4	4	4	4	2	3	1	1	3
4	1	4	4	4	4	1	4	2	3	5

4	3	1	1	4	3	1	4	3	2	5
4	1	1	5	4	4	1	4	5	1	4
4	1	1	5	4	4	1	4	2	1	4
2	2	2	2	4	4	1	4	2	1	2
3	1	3	3	4	4	5	4	3	1	3
2	3	4	2	3	3	1	3	2	1	2
4	1	1	5	4	5	1	1	2	2	3
2	2	4	2	3	3	1	2	2	3	3
1	3	1	3	4	2	1	4	2	2	3
4	1	1	3	4	4	1	4	3	1	2
4	1	5	3	3	3	1	3	2	3	2
2	2	1	3	4	6	1	4	2	1	3
4	1	2	3	3	4	1	4	3	2	3
3	3	4	3	3	3	1	4	3	3	3
3	3	2	1	3	3	2	4	5	3	3
3	4	4	2	3	2	1	3	3	2	3
4	4	2	2	3	3	1	3	2	1	3
4	1	4	4	4	5	1	4	4	1	3
2	3	1	4	4	6	2	3	4	1	3
2	3	5	4	4	4	5	3	4	2	3
3	1	2	3	3	4	1	3	3	3	2
4	2	4	3	4	4	7	4	5	1	3
1	2	2	2	3	3	2	2	3	1	2
4	1	1	4	3	6	1	2	1	2	3
4	1	5	4	4	4	1	4	2	2	2
4	5	4	3	6	3	2	4	2	1	3
3	2	2	2	4	3	2	2	4	2	3
4	4	4	3	3	3	1	1	3	2	2
1	3	2	1	4	3	2	1	1	3	3
2	2	4	2	3	3	2	2	4	1	3
4	4	2	2	3	3	6	3	2	3	4
4	1	1	4	6	4	7	1	2	2	3
1	3	4	3	2	1	1	3	3	1	2
2	2	2	2	3	4	2	4	2	3	3
2	3	1	4	4	4	1	2	4	3	3
3	1	1	3	3	3	1	3	2	1	2
2	2	2	2	3	4	1	4	3	1	2
3	1	1	5	5	5	2	4	2	1	3
2	1	1	4	6	4	2	4	2	3	3

3	2	1	3	4	4	2	4	2	1	3
4	1	1	5	5	5	2	4	3	3	3
3	2	1	3	5	4	2	3	1	3	3
4	2	1	4	4	4	2	4	3	1	3
4	1	1	5	5	5	1	4	3	3	4
3	4	1	3	4	3	1	4	2	1	4
3	1	1	5	4	4	1	4	2	4	5
3	4	1	4	4	4	1	4	3	2	3
2	2	2	2	3	4	1	4	3	1	2
4	5	5	2	4	3	1	3	3	2	3
3	4	4	4	3	3	2	4	1	2	3
2	4	1	3	4	4	2	4	2	2	3
3	2	2	2	3	3	2	4	2	1	3
4	2	1	3	4	6	2	4	1	1	3
4	1	1	4	5	5	1	4	3	2	3
2	2	4	4	3	4	2	4	2	2	2
3	2	1	3	5	4	2	3	1	3	3
2	4	1	3	4	4	2	4	2	2	4
2	4	4	3	3	4	2	4	3	1	3
4	1	5	3	2	3	1	4	1	2	3
3	3	4	3	3	3	1	4	3	3	3
4	4	2	2	3	3	2	3	2	2	2
4	5	5	3	4	3	1	3	3	2	3
4	1	1	4	3	5	1	2	1	1	5
4	4	1	3	6	6	1	4	5	1	4

KETERANGAN:

P1 = Pertanyaan 1

P6 = Pertanyaan 6

P2 = Pertanyaan 2

P7 = Pertanyaan 7

P3 = Pertanyaan 3

P8 = Pertanyaan 8

P4 = Pertanyaan 4

P9 = Pertanyaan 9

P5a = Pertanyaan 5a

P10 = Pertanyaan 10

P5b = Pertanyaan 5b

LAMPIRAN 4: REKAPITULASI ITEM PERTANYAAN

H1	H2	H3	H4	H	Pr1	Pr2	Pr3	Pr4	Pr	PL1	PL2	PL3	PL4	PL	T1	T2	T3	T4	T	P1	P2	P3	P4	P	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	4	2	4	5	15	4	2	5	4	15
4	4	4	4	16	4	4	4	2	14	5	2	5	5	17	5	4	4	5	18	2	4	4	4	14	5	2	4	4	15
4	4	5	6	19	4	4	2	4	14	5	2	4	5	16	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	2	5	5	17
4	2	4	4	14	2	4	2	2	10	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	2	4	14	4	4	5	5	18
4	4	4	4	16	2	4	4	4	14	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14
2	4	4	2	12	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	2	4	2	10
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	4	2	12
4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	2	4	5	15	4	4	5	4	17	2	2	4	2	10	2	2	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14
2	4	2	1	9	4	4	4	4	16	2	2	2	4	10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	2	4	2	10
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	2	2	2	8	2	4	4	4	14	4	4	2	4	14	4	2	4	4	14
5	5	4	4	18	2	4	2	2	10	4	4	2	4	14	4	4	2	5	15	5	5	5	5	20	5	2	4	4	15
5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	2	2	4	4	12	2	2	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14	4	2	2	4	12	2	4	4	4	14
4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14	2	2	2	2	8	2	2	4	4	12	4	2	2	2	10
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14
4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	2	2	4	4	12	2	2	4	4	12
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	2	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14
4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	2	4	4	14	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16	4	2	2	4	12	4	4	2	4	14
2	4	4	4	14	4	4	4	4	16	4	2	2	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14
2	4	4	4	14	4	2	4	4	14	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	2	2	4	4	12	4	2	4	4	14

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

4	2	4	5	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	2	2	14	4	4	4	4	16	4	2	2	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	2	4	4	4	14	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16
2	4	4	4	14	2	4	4	4	14	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	2	4	4	4	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	2	4	4	4	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16	2	2	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	2	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
2	4	5	4	15	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	2	4	5	4	15	2	5	5	5	17
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	2	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14
4	4	2	4	14	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	5	5	4	4	18	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17
4	4	4	5	17	4	5	4	5	18	4	5	5	4	18	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17
5	4	4	5	18	2	2	2	4	10	5	5	5	5	20	5	4	4	2	15	5	4	4	4	17	5	4	2	2	13
4	4	4	4	16	4	2	2	4	12	4	2	4	4	14	5	5	4	4	18	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	2	5	4	5	16	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	2	2	4	4	12	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	5	4	2	4	15	4	4	4	4	16
2	4	4	4	14	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	5	5	4	18	4	5	4	5	18	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17
4	2	2	4	12	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	2	2	12	4	2	2	4	12	2	4	4	4	14
2	4	4	4	14	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16	4	2	4	2	12	4	2	4	4	14	4	2	2	4	12
4	4	4	5	17	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18
4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	4	5	5	4	18	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
4	4	4	4	16	2	2	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	2	4	14	4	2	4	4	14
4	5	4	4	17	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17
4	4	4	4	16	4	2	2	2	10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14

X

4	4	4	2	14	4	5	4	5	18	2	2	4	4	12	5	4	2	2	13	4	4	4	4	16	4	2	2	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14	2	2	4	4	12	4	2	4	4	14
5	4	4	5	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14
5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	4	5	5	19
5	4	4	5	18	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	2	2	4	4	12	5	4	5	5	19
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	2	4	4	12	4	4	4	4	16	2	2	4	4	12	4	4	4	4	16
2	2	4	2	10	4	4	4	4	16	2	2	2	4	10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	2	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	2	4	14	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14
4	4	2	2	12	4	2	4	4	14	4	2	4	5	15	4	2	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	2	14	4	4	2	4	14	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14
2	4	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	2	2	4	12
4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
2	4	4	2	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14
5	5	5	5	20	2	2	2	4	10	5	5	5	5	20	5	4	4	2	15	5	4	4	4	17	5	4	2	2	13
4	5	4	4	17	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
4	4	2	4	14	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
4	2	4	5	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	2	2	14	4	4	4	4	16	4	2	2	4	12
2	4	4	4	14	2	4	4	4	14	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	2	4	4	4	14
4	4	4	5	17	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18
2	2	2	4	10	2	4	2	1	9	4	4	4	4	16	4	4	2	2	12	4	4	4	4	16	2	2	4	4	12
5	4	4	5	18	2	2	2	4	10	5	5	5	5	20	5	4	4	2	15	5	4	4	4	17	5	4	2	2	13
4	2	2	4	12	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	2	2	12	4	2	2	4	12	2	4	4	4	14

Keterangan: H=Harga

PL=Pelayanan

P= Periklanan

Pr=Produk

T =Tempat

LAMPIRAN 5: HASIL PERHITUNGAN PROFIL RESPONDEN

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	6.0	6.0	6.0
2	19	19.0	19.0	25.0
3	29	29.0	29.0	54.0
4	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	33	33.0	33.0	33.0
2	20	20.0	20.0	53.0
3	22	22.0	22.0	75.0
4	20	20.0	20.0	95.0
5	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	50	50.0	50.0	50.0
2	18	18.0	18.0	68.0
3	1	1.0	1.0	69.0
4	22	22.0	22.0	91.0
5	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	5.0	5.0	5.0
2	23	23.0	23.0	28.0
3	34	34.0	34.0	62.0
4	25	25.0	25.0	87.0
5	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P5a

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	5.0	5.0	5.0
	3	32	32.0	32.0	37.0
	4	47	47.0	47.0	84.0
	5	9	9.0	9.0	93.0
	6	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

P5b

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	7	7.0	7.0	9.0
	3	34	34.0	34.0	43.0
	4	40	40.0	40.0	83.0
	5	11	11.0	11.0	94.0
	6	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

P6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	63	63.0	63.0	63.0
	2	29	29.0	29.0	92.0
	5	2	2.0	2.0	94.0
	6	2	2.0	2.0	96.0
	7	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11.0	11.0	11.0
	2	10	10.0	10.0	21.0
	3	21	21.0	21.0	42.0
	4	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

P8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	11	11.0	11.0	11.0
2	41	41.0	41.0	52.0
3	29	29.0	29.0	81.0
4	9	9.0	9.0	90.0
5	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	44	44.0	44.0	44.0
2	32	32.0	32.0	76.0
3	21	21.0	21.0	97.0
4	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

P10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	22	22.0	22.0	24.0
3	57	57.0	57.0	81.0
4	15	15.0	15.0	96.0
5	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 6: UJI VALIDITAS

HARGA

Correlations

		H1	H2	H3	H4	H
H1	Pearson Correlation	1	.276(**)	.209(*)	.411(**)	.738(**)
	Sig. (2-tailed)		.005	.037	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
H2	Pearson Correlation	.276(**)	1	.445(**)	.093	.614(**)
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.356	.000
	N	100	100	100	100	100
H3	Pearson Correlation	.209(*)	.445(**)	1	.299(**)	.671(**)
	Sig. (2-tailed)	.037	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100	100
H4	Pearson Correlation	.411(**)	.093	.299(**)	1	.699(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.356	.003		.000
	N	100	100	100	100	100
H	Pearson Correlation	.738(**)	.614(**)	.671(**)	.699(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

PRODUK

Correlations

		Pr1	Pr2	Pr3	Pr4	Pr
Pr1	Pearson Correlation	1	.334(**)	.443(**)	.316(**)	.771(**)
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
Pr2	Pearson Correlation	.334(**)	1	.311(**)	.210(*)	.651(**)
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.036	.000
	N	100	100	100	100	100
Pr3	Pearson Correlation	.443(**)	.311(**)	1	.377(**)	.754(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Pr4	Pearson Correlation	.316(**)	.210(*)	.377(**)	1	.646(**)
	Sig. (2-tailed)	.001	.036	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Pr	Pearson Correlation	.771(**)	.651(**)	.754(**)	.646(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

PELAYANAN

Correlations

		PL1	PL2	PL3	PL4	PL
PL1	Pearson Correlation	1	.614(**)	.596(**)	.691(**)	.857(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
PL2	Pearson Correlation	.614(**)	1	.608(**)	.390(**)	.850(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
PL3	Pearson Correlation	.596(**)	.608(**)	1	.556(**)	.841(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
PL4	Pearson Correlation	.691(**)	.390(**)	.556(**)	1	.734(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
PL	Pearson Correlation	.857(**)	.850(**)	.841(**)	.734(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

TEMPAT

Correlations

		T1	T2	T3	T4	T
T1	Pearson Correlation	1	.555(**)	.198(*)	.059	.639(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.049	.562	.000
	N	100	100	100	100	100
T2	Pearson Correlation	.555(**)	1	.267(**)	.247(*)	.712(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.013	.000
	N	100	100	100	100	100
T3	Pearson Correlation	.198(*)	.267(**)	1	.687(**)	.763(**)
	Sig. (2-tailed)	.049	.007		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
T4	Pearson Correlation	.059	.247(*)	.687(**)	1	.717(**)
	Sig. (2-tailed)	.562	.013	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
T	Pearson Correlation	.639(**)	.712(**)	.763(**)	.717(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

PERIKLANAN

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P
P1	Pearson Correlation	1	.577(**)	.126	.362(**)	.752(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.211	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.577(**)	1	.317(**)	.227(*)	.789(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.023	.000
	N	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.126	.317(**)	1	.332(**)	.621(**)
	Sig. (2-tailed)	.211	.001		.001	.000
	N	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.362(**)	.227(*)	.332(**)	1	.640(**)
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.001		.000
	N	100	100	100	100	100
P	Pearson Correlation	.752(**)	.789(**)	.621(**)	.640(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

KEPUTUSAN BELI

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.257(**)	.101	.155	.646(**)
	Sig. (2-tailed)		.010	.317	.125	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.257(**)	1	.247(*)	.215(*)	.703(**)
	Sig. (2-tailed)	.010		.013	.031	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.101	.247(*)	1	.436(**)	.624(**)
	Sig. (2-tailed)	.317	.013		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.155	.215(*)	.436(**)	1	.619(**)
	Sig. (2-tailed)	.125	.031	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.646(**)	.703(**)	.624(**)	.619(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

LAMPIRAN 7: UJI RELIABILITAS

HARGA

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
H1	11.89	2.523	.428	.226	.517
H2	11.77	3.209	.351	.247	.573
H3	11.76	3.033	.426	.265	.525
H4	11.65	2.715	.384	.231	.552

PRODUK

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pr1	11.68	3.189	.501	.259	.562
Pr2	11.39	3.957	.378	.148	.644
Pr3	11.67	3.496	.523	.280	.547
Pr4	11.31	4.075	.398	.173	.631

PELAYANAN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PL1	12.28	4.466	.750	.623	.733
PL2	12.64	3.445	.640	.484	.812
PL3	12.40	4.222	.700	.497	.746
PL4	12.21	5.380	.609	.525	.805

TEMPAT

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	12.16	3.146	.329	.334	.674
T2	12.13	3.064	.487	.354	.571
T3	12.36	2.819	.546	.498	.527
T4	12.46	2.837	.435	.495	.604

PERIKLANAN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	11.60	3.111	.501	.406	.546
P2	11.94	2.845	.538	.397	.515
P3	11.62	3.693	.328	.195	.662
P4	11.49	3.788	.404	.219	.616

KEPUTUSAN BELI

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	11.03	3.726	.246	.076	.535
Y2	11.54	3.463	.350	.124	.427
Y3	10.70	4.172	.346	.214	.439
Y4	10.68	4.280	.367	.210	.431

LAMPIRAN 8: HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.032	1.923		-1.057	.293		
	H	.140	.096	.122	1.457	.148	.809	1.236
	Pr	.155	.084	.153	1.846	.068	.820	1.220
	PL	.112	.079	.123	1.405	.163	.729	1.371
	T	.425	.105	.377	4.036	.000	.645	1.551
	P	.213	.088	.201	2.424	.017	.815	1.227

a. Dependent Variable: Y

Coefficient Correlations(a)

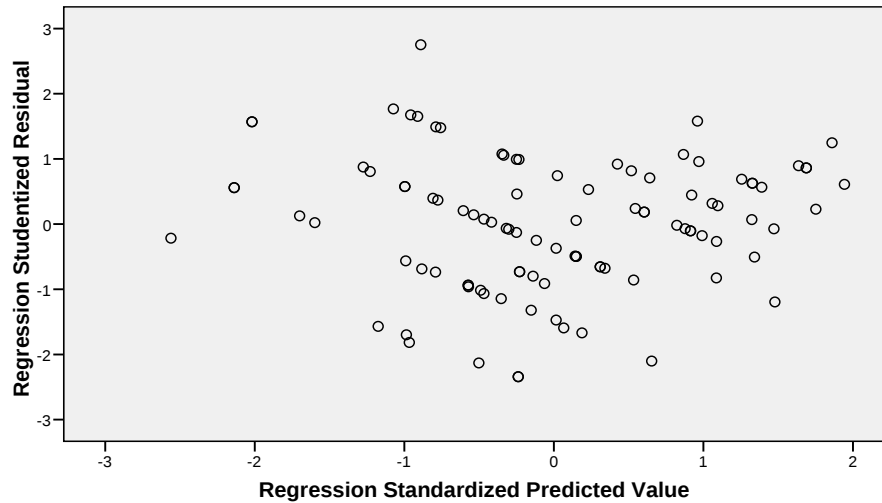
Model			P	Pr	H	PL	T
1	Correlations	P	1.000	-.056	-.013	-.264	-.178
		Pr	-.056	1.000	-.111	.093	-.342
		H	-.013	-.111	1.000	-.209	-.210
		PL	-.264	.093	-.209	1.000	-.274
		T	-.178	-.342	-.210	-.274	1.000
	Covariances	P	.008	.000	.000	-.002	-.002
		Pr	.000	.007	-.001	.001	-.003
		H	.000	-.001	.009	-.002	-.002
		PL	-.002	.001	-.002	.006	-.002
		T	-.002	-.003	-.002	-.002	.011

a. Dependent Variable: Y

HETEROSKEDASTITAS

Scatterplot

Dependent Variable: Y



NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78304008
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.039
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.589
Asymp. Sig. (2-tailed)		.879

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 9: HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686(a)	.471	.443	1.830

a Predictors: (Constant), P, Pr, H, PL, T

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	280.006	5	56.001	16.725	.000(a)
	Residual	314.744	94	3.348		
	Total	594.750	99			

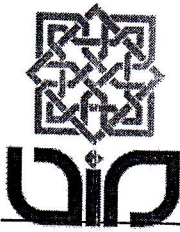
a Predictors: (Constant), P, Pr, H, PL, T

b Dependent Variable: Y

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.032	1.923		-1.057	.293
	H	.140	.096	.122	1.457	.148
	Pr	.155	.084	.153	1.846	.068
	PL	.112	.079	.123	1.405	.163
	T	.425	.105	.377	4.036	.000
	P	.213	.088	.201	2.424	.017

a Dependent Variable: Y



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
YOGYAKARTA

Nomor : UIN.02/KUI/137/2012
Lamp. :
Hal : Rekomendasi Pelaksanaan Riset

Yogyakarta, 27 Juni 2012

Kepada Yth :
Manajer Toko Assidiq
Jl. Panembahan Mangkurat No. 1
di-
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berkenaan dengan penyelesaian tugas penyusunan skripsi, mahasiswa kami Perlu melakukan penelitian guna memperoleh data yang akurat. Oleh karena itu Kami mohon bantuan dan kerjasama untuk memberikan izin bagi mahasiswa

Fakultas Syari'ah dan Hukum :

Nama : Naima Hayati
NIM : 07390113
Semester : X
No. Telp. : 085 729 391 906
Program Studi : Keuangan Islam
Judul Skripsi :

FAKTOR-FAKTOR PENGARUH PENGAMBILAN
KEPUTUSAN BELI BUSANA MUSLIM (STUDI
KASUS PADA TOKO ASSIDIQ YOGYAKARTA)

Data Yang dibutuhkan:

Profil toko
Profil Responden (penyebaran kuesioner)

Waktu Penelitian : 27 Juni – sampai selesai

Atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb



An. Dekan
Ketua Prodi KUI

Drs. Slamet Khilmi, M Si
NIP. 19631014 199203 1 002

SURAT IZIN PENELITIAN

Kepada Yth. Koordinator
Baitul Muslim Assidiq Dua
Jl KH Ahamad Dahlan No. 77 Yogyakarta

Dengan hormat,

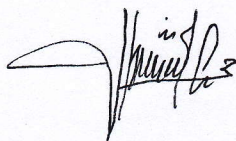
Dengan ini kami memberikan keterangan bahwasannya :

Nama : NAIMA HAYATI
Alamat : UIN SUNAN KALIJAGA
: Program studi Keuangan Islam

Mohon diperkenankan untuk menyebarkan kuesioner di toko Assidiq Dua Jl KHA Dahlan No. 77 Yogyakarta, yaitu pada hari Selasa, 10 Juli 2012 sampa dengan 17 Juli 2012 sesuai dengan data yang dibutuhkan.

Demikian surat pengantar ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Penerima,



NAIMA HAYATI

Yogyakarta, 9 Julii 2012



HMD SIDIQ MANAJEMEN

Pasar Seni
Assidiq
PUSAT BATIK & KERAJINAN
Jl. Malioboro 187 Yogyakarta Telp. 0274 - 582 581
www.artsidshopnadar.com _ pasarseninadzar@yahoo.co.id

BATIK & KABAYA
MANGKORO
Citra Eksklusif Karya Anak Negeri
Jl. Malioboro 163 Yogyakarta Telp. 0274 - 514335
www.batikkebayaamangkoro.com _ batikmangkoro@yahoo.co.id

Baitul Muslim
Assidiq
Citra Keluarga Islam Yang Kaffah
Malioboro 149 Yogyakarta Telp. 0274 - 582 582
www.sidiqmanajemen.com _ baitulmuslimassidiq@yahoo.co.id

Batik
Sekar Arum
K. Yanti No.59 (Malioboro Selatan) Telp.0274 - 560 434 Yogyakarta
www.sidiqmanajemen.com _ batiksekararum@yahoo.co.id

CURRICULUM VITAE

Nama : Naima Hayati
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 4 Maret 1988
Alamat : Patihan Wetan – Babadan
Ponorogo - JATIM
Contact Person : 085729391906
E-mail : naima_hayati@ymail.com

PENDIDIKAN FORMAL

1993 - 1995	RA Muslimat Patihan Wetan
1995 - 2001	MI Ma'arif Patihan Wetan
2001 - 2004	MTs Darul Huda Ponorogo
2004 - 2007	MA Darul Huda Ponorogo
2007 - 2012	Jurusan Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga

PENGALAMAN ORGANISASI

- ✓ Forum Studi Ekonomi Islam (ForSEI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- ✓ Pengurus Koperasi Pondok Pesantren Al Munawwir Bagian Bendahara II