

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin**

###### **a. Sejarah singkat Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin**

Galeri Muslim Al-Wafa mulai produksi sejak tahun 2008, di mana produksinya bertempat di berbagai daerah di luar Kalimantan, pertama TasikMalaya, kedua Surabaya, ketiga Solo. Untuk penjualannya bertempat di Jl.Bumi Mas Raya No.9, Pemurus Baru, Kec.Banjarmasin Selatan. Berdirinya usaha ini dilatar belakangi oleh bapak H. Sulaiman (pemilik Galeri Muslim Al-Wafa), yang mana awalnya beliau hanya penjual baju busana muslim dengan merek merek tertentu dengan membelinya di toko-toko grosir yang ada di daerah pulau Jawa, lalu dijual di daerah Banjarmasin dan sekitarnya. Seiring berjalannya waktu dengan usaha tersebut, lalu beliau mendapatkan ide untuk memproduksi baju sendiri yang diberi merek oleh beliau langsung.

Al-Wafa merupakan merek baju busana muslim yang dikenal luas oleh masyarakat khususnya di Kalimantan Selatan, dibuatnya merek Al-Wafa awalnya terinspirasi dari nama mushola yang pernah disinggahi oleh bapak H.Sulaiman, dari situ beliau berpikir bahwa

tulisan Al-Wafa itu mudah diingat, mudah dibaca atau disebut, dan mudah ditulis. Sebab itulah beliau memilih nama Al-Wafa sebagai merek baju busana muslim yang dibuat oleh beliau.

b. Gambaran Struktur organisasi Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin

Galeri Muslim Al-Wafa belum memiliki struktur organisasi tertulis, namun secara umum gambaran mengenai struktur organisasi Galeri Muslim Al-Wafa telah tergambarkan dalam wawancara dengan pemilik usaha.

Galeri Muslim Al-Wafa telah melakukan pembagian tugas masing-masing dalam kegiatan operasionalnya, meskipun pembagian tersebut masih tergolong sederhana. Akan tetapi, dalam menjalankan aktifitas usaha ini, hubungan antara pemilik dengan karyawannya lebih bersifat kekeluargaan, sehingga hubungan yang terbentuk lebih kearah hubungan informal.

Pemilik dari Galeri Muslim Al-Wafa adalah bapak H. Sulaiman, beliau sudah memiliki 11 orang karyawan/tenaga kerja, dan memiliki 3 cabang toko yang berbeda-beda lokasinya, yang pertama adalah pusat toko Galeri Muslim Al-Wafa tepatnya terletak di Jl. Bumi Mas Raya No.9, Pemurus Baru, ada 4 karyawan yang ditugaskan untuk melayani konsumen ataupun mencatat penjualannya. Kedua adalah cabang toko yang terletak di lantai 1 Ramayana, di sana terdapat 2 karyawan untuk melayani konsumen, ataupun mencatat penjualan perharinya. Ketiga, cabang toko yang terletak di lantai 2 Ramayana, di sini juga ada 2 karyawan yang ditugaskan dan

tugasnya pun sama. Keempat, cabang toko selanjutnya bertempat di pasar Ujung Murung, untuk karyawannya di sini ada 3 orang tugasnya sama-sama untuk melayani konsumen dan mencatat penjualan tersebut.

## 2. Karakteristik Responden

Bagian ini menggambarkan keadaan responden yang berjumlah 86 orang yang merupakan konsumen baju busana muslim Al-Wafa yang memenuhi kriteria yaitu, yang pernah membeli dan yang mempunyai produk busana muslim dari merek Al-Wafa. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: Jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan. Dari 86 kuesioner yang telah disebar, semua berhasil dikumpulkan dan dinyatakan layak untuk dianalisa lebih lanjut. Hasil data yang diperoleh menunjukkan gambaran sebagai berikut:

### 1) Jenis Kelamin

Profil berdasarkan Jenis Kelamin Responden dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

**Tabel. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	F	%
1	Laki-laki	76	88,3%
2	Perempuan	10	11,7%
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan dari tabel data di atas menyatakan bahwa untuk responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 76 orang atau 88,3%,

sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 10 orang atau 11,7%. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya konsumen Galeri Muslim Al-Wafa yang ditemui penulis dalam proses pengumpulan data adalah laki-laki.

## 2) Usia

Profil berdasarkan Usia Responden dapat dilihat pada tabel 4 berikut

**Tabel. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	F	%
1	< 20 Tahun	30	34,8%
2	20 – 30 Tahun	56	65,2%
3	> 30 Tahun	0	0%
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan keterangan tabel tersebut memperlihatkan bahwa konsumen baju busana muslim Al-Wafa yang diambil sebagai responden untuk kriteria umur <20 tahun sebanyak 30 orang atau 34,8%. Selanjutnya data responden yang berumur 20 – 30 tahun sebanyak 56 orang atau 65,2%. Dalam proses pengumpulan data ini, penulis tidak menemui responden yang berusia lebih dari 30 tahun.

## 3) Pekerjaan

Profil berdasarkan Pekerjaan Responden dapat dilihat pada tabel 5 berikut.

**Tabel. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	F	%
1	Pelajar/Mahasiswa	72	83,7%
2	PNS	2	2,3%
3	Karyawan Swasta	1	1,2%
4	Wiraswasta	8	9,3%
5	Lainnya	3	3,5%
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Pada Penelitian ini terdapat 5 jenis pekerjaan responden yaitu Pelajar/Mahasiswa, PNS, Karyawan Swasta, Wiraswasta dan lain-lain (berupa PTT, *driver* Ojek Online dan Perusahaan tambang). Dari hasil total sebaran responden, masing-masing mempunyai presentase sebagai berikut: Konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 72 orang atau 83,7%, selanjutnya pekerjaan responden sebagai PNS sebanyak 2 orang atau 2,3%, untuk pekerjaan responden sebagai Karyawan Swasta sebanyak 1 orang atau 1,2%, selanjutnya pekerjaan responden sebagai Wiraswasta sebanyak 8 orang atau 9,3%, dan untuk pekerjaan lainnya sebanyak 3 orang atau 3,5% saja.

#### 4) Pendapatan

Pendapatan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pada penelitian ini, didapatkan data konsumen baju busanamuslim Al-Wafa yang dapat dilihat pada tabel 6 berikut.

**Tabel. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan**

No	Pendapatan Perbulan	F	%
1	< Rp. 1.000.000,00	61	70,9%
2	Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00	12	14%
3	Rp. 2.000.000,00 – Rp. 3.000.000,00	5	5,8%
4	>Rp. 3.000.000,00	8	9,3%
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan keterangan tabel tersebut memperlihatkan bahwa konsumen baju busana muslim Al-Wafa yang diambil sebagai responden untuk kisaran pendapatan sebesar < Rp. 1.000.000,00/ bulan sebanyak 61 orang atau 70,9%, selanjutnya untuk kisaran pendapatan Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00/ bulan sebanyak 12 orang atau 14%, selanjutnya untuk kisaran pendapatan Rp. 2.000.000,00 – Rp. 3.000.000,00/ bulan sebanyak 5 orang atau 5,8%, dan terakhir kisaran pendapatan >Rp. 3.000.000,00/ bulan sebanyak 8 orang atau 9,3%. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen baju busana muslim Al-Wafa rata-rata pendapatannya sebesar < Rp. 1.000.000,00/ bulan.

### 3. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil  $r_{hitung}$  bandingkan dengan  $r_{tabel}$  di mana  $df = n-2$

dengan sig 5%. Jika  $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$  maka dianggap valid (Sujarweni, SPSS Untuk Penelitian, 2015, hal. 192). Dalam pengujian validitas ada kriteria yang harus terpenuhi agar suatu variabel dapat dikatakan valid, yakni:

- 1) Tingkat signifikansi sebesar 0,05

$$df = 86 - 2 = 84$$

didapat nilai  $r_{\text{tabel}} = 0,178$  ( $r_{\text{tabel}}$  untuk  $n = 84$ )

- 2) Jika  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  dan nilai positif maka butir pertanyaan dari masing-masing indikator tersebut dinyatakan valid

Hasil analisis atas variabel independen dan variabel dependen dapat dilihat pada tabel 7 berikut.

**Tabel.7 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{table}}$	Keterangan
Harga (X1)	1	0,627	0,178	Valid
	2	0,561	0,178	Valid
	3	0,557	0,178	Valid
	4	0,619	0,178	Valid
Merek (X2)	5	0,521	0,178	Valid
	6	0,723	0,178	Valid
	7	0,584	0,178	Valid
	8	0,677	0,178	Valid
	9	0,680	0,178	Valid
	10	0,576	0,178	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	11	0,624	0,178	Valid
	12	0,558	0,178	Valid
	13	0,517	0,178	Valid
	14	0,546	0,178	Valid
	15	0,501	0,178	Valid
	16	0,630	0,178	Valid

	17	0,616	0,178	Valid
--	----	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel hasil uji validitas instrument data, dapat dilihat bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha  $> 0,60$  maka reliabel (Sujarweni V. W., SPSS Untuk Penelitian, 2014, hal. 192). Hasil uji reliabilitas secara keseluruhan disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,807	17

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dapat terlihat dari nilai *Cronbach's alpha* di atas, jika nilai *alpha*  $> 0,60$  maka item-item pernyataan dari setiap variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,807 lebih besar dari 0,60 maka dinyatakan reliabel.

#### 4. Deskripsi Variabel Penelitian



Dari data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran yang berkaitan dengan pengaruh harga dan merek terhadap keputusan pembelian pada produk Galeri Muslim Al-Wafa dilihat dari variabel harga, merek dan keputusan pembelian. Data deskriptifnya dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Variabel Harga ( $X_1$ )

a) Indikator Keterjangkauan Harga

Item harga baju busana muslim Al-Wafa sesuai dengan kemampuan keuangan responden.

**Tabel.9 Tanggapan Responden Terhadap Harga baju busana muslim Al-Wafa sesuai dengan kemampuan keuangan responden**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	26	30,2
2	Setuju	55	64
3	Tidak Setuju	3	3,5
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 26 orang (30,2%), responden yang memilih setuju sebanyak 55 orang (64%) untuk responden yang memilih tidak setuju sebesar 3 orang (3,5%) dan sisanya sebanyak 2 orang (2,3%) memilih sangat tidak setuju. Dari hasil data di atas sebanyak 55 orang atau 64% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan harga baju busana muslim Al-Wafa sesuai dengan kemampuan keuangan responden.

b) Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

Item harga yang ditawarkan baju busana muslim Al-Wafa sesuai dengan kualitas yang diberikan.

**Tabel.10**Tanggapan Responden Terhadap Harga yang ditawarkan baju busana muslim Al-Wafa sesuai dengan kualitas yang diberikan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	28	32,6
2	Setuju	52	60,5
3	Tidak Setuju	5	5,8
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,2
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 28 orang (32,6%), responden yang memilih setuju sebanyak 52 orang (60,5%),responden yang memilih tidak setuju sebanyak 5 orang (5,8%), untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 52 orang atau 60,5% yang artinya konsumen setuju dengan harga yang ditawarkan baju busana muslim Al-Wafa sesuai dengan kualitas yang diberikan.

c) Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk

(1) Item harga baju busana muslim Al-Wafa memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan.

**Tabel.11** Tanggapan Responden Terhadap Harga baju busana muslim Al-Wafa memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	26	30,2
2	Setuju	53	61,6
3	Tidak Setuju	7	8,1
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 26 orang (30,2%), responden yang memilih setuju sebanyak 53 orang (61,6%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 7 orang (8,1%), Untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 53 orang atau 61,6% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan harga baju busana muslim Al-Wafa memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan.

(2) Item harga yang ditawarkan baju busana muslim Al-Wafa sesuai dengan kebutuhan yang saya harapkan.

**Tabel.12** Tanggapan Responden Terhadap Harga yang ditawarkan baju busana muslim Al-Wafa sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	20	23,3
2	Setuju	59	68,6
3	Tidak Setuju	5	5,8
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 20 orang (23,3%), responden yang memilih setuju sebanyak 59 orang (68,6%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 5 orang (5,8%), Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,3%)t. Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 59 orang atau 68,6% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan harga yang ditawarkan baju busana muslim Al-Wafa sesuai dengan kebutuhan yang saya harapkan.

2) Variabel Merek (X2)

a) Indikator Identitas Merek

(1) Item baju busana muslim Al-Wafa memiliki ciri atau simbol yang mudah dikenali.

**Tabel.13 Tanggapan Responden Terhadap Baju busana muslim Al-Wafa memiliki ciri atau simbol yang mudah dikenali**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	32	37,2
2	Setuju	38	44,2
3	Tidak Setuju	16	18,6
4	Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari jawabann responden yang memilih sangat setuju sebanyak 32 orang (37,2%), responden yang memilih setuju sebanyak 38 orang (44,2%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 16 orang (18,6%), Untuk jawaban sangat tidak setuju tidak ada. Dari hasil data di atas dapat diketahui

jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 38 orang atau 44,2% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan baju busana muslim Al-Wafa memiliki ciri atau simbol yang mudah dikenali.

(2) Item baju busana muslim merek Al-Wafa mudah diucapkan, dikenali, dan diingat sehingga memudahkan untuk mengingat kembali.

**Tabel.14 Tanggapan Responden Terhadap Baju busana muslim merek Al-Wafa mudah diucapkan, dikenali, dan diingat sehingga memudahkan untuk mengingat kembali**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	28	32,6
2	Setuju	47	54,7
3	Tidak Setuju	9	10,5
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 28 orang (32,6%), responden yang memilih setuju sebanyak 47 orang (54,7%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 9 orang (10,5%), untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,3%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 47 orang atau 54,7% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan baju busana muslim merek Al-Wafa mudah diucapkan, dikenali, dan diingat sehingga memudahkan untuk mengingat kembali.

b) Indikator Personalitas Merek

- (1) Item baju busana muslim Al-Wafa memiliki beberapa tingkat kualitas yang berbeda-beda.

**Tabel.15 Tanggapan Responden Terhadap Baju busana muslim Al-Wafa memiliki beberapa tingkat kualitas yang berbeda-beda**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	25	29,1
2	Setuju	47	54,7
4	Tidak Setuju	12	14,0
5	Sangat Tidak Setuju	2	2,3
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 25 orang (29,1%), responden yang memilih setuju sebanyak 47 orang (54,7%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 12 orang (14,0%), untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,3%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 47 orang atau 54,7% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan baju busana muslim Al-Wafa memiliki beberapa tingkat kualitas yang berbeda-beda

- (2) Item busana muslim Al-Wafa memilki desain yang stylish (kekinian).

**Tabel.16 Tanggapan Responden Terhadap Busana muslim Al-Wafa memiliki desain yang stylish (kekinian)**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	36	41,9
2	Setuju	42	48,8
3	Tidak Setuju	6	7,0
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 36 orang (41,9%), responden yang memilih setuju sebanyak 42 orang (48,8%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 6 orang (7,0%), untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,3%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 42 orang atau 48,8% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan busana muslim Al-Wafa memiliki desain yang stylish (kekinian)

c) Indikator Asosiasi Merek

Item baju busana muslim Al-Wafa memiliki kualitas bahan yang bagus, lembut, dan nyaman saat dipakai.

**Tabel.17 Tanggapan Responden Terhadap Baju busana muslim Al-Wafa memiliki kualitas bahan yang bagus, lembut, dan nyaman saat dipakai**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	31	36,0
2	Setuju	43	50,0
3	Tidak Setuju	11	12,8
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,2
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 31 orang (36,0%), responden yang memilih setuju sebanyak 43 orang (50,0%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 11 orang (12,8%), untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 43 orang atau 50,0% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan baju busana muslim Al-Wafa memiliki kualitas bahan yang bagus, lembut, dan nyaman saat dipakai.

d) Indikator Manfaat dan Keunggulan Merek

Item baju busana muslim Al-Wafa ketika dipakai terasa lembut dan sejuk, harganya pun tergolong murah.

**Tabel.18 Tanggapan Responden Terhadap Baju busana muslim Al-Wafa ketika dipakai terasa lembut dan sejuk, harganya pun tergolong murah**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	25	29,1
2	Setuju	47	54,7
4	Tidak Setuju	11	12,8
5	Sangat Tidak Setuju	3	3,5
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 25 orang (29,1%), responden yang memilih setuju sebanyak 47 orang (54,7%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 11 orang (12,8%), Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 3 orang (3,5%). Dari hasil data di atas dapat diketahui



jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 47 orang atau 54,7% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan baju busana muslim Al-Wafa ketika dipakai terasa lembut dan sejuk, harganya pun tergolong murah.

### 3) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

#### a) Indikator Pengenalan Kebutuhan

Item responden membeli baju busana muslim Al-Wafa karena memenuhi kebutuhan responden.

**Tabel.19 Tanggapan Responden Terhadap Membeli baju busana muslim Al-Wafa karena memenuhi kebutuhan responden**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	19	22,1
2	Setuju	53	61,6
3	Tidak Setuju	13	15,1
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,2
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 19 orang (22,1%), responden yang memilih setuju sebanyak 53 orang (61,6%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 13 orang (15,1%), Untuk sangat tidak setuju hanya 1 orang (1,2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 53 orang atau 61,6% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan membeli baju busana muslim Al-Wafa karena memenuhi kebutuhan responden.

b) Indikator Pencarian Informasi

Item responden membeli baju busana muslim Al-Wafa karena memperoleh informasi dari teman ataupun kerabat

**Tabel.20 Tanggapan Responden Terhadap Responden membeli baju busana muslim Al-Wafa karena memperoleh informasi dari teman ataupun kerabat**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	12	14,0
2	Setuju	38	44,2
3	Tidak Setuju	30	34,9
4	Sangat Tidak Setuju	6	7,0
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 12 orang (14,0%), responden yang memilih setuju sebanyak 38 orang (44,2%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 30 orang (34,9%), Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 6 orang (7,0%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 38 orang atau 44,2% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan saya membeli baju busana muslim Al-Wafa karena memperoleh informasi dari teman ataupun kerabat.

c) Indikator Evaluasi Alternatif

Item sebelum memilih baju busana muslim Al-Wafa, responden mempertimbangkan beberapa merek lain yang ada di pasaran atau toko-toko.

**Tabel.21 Tanggapan Responden Terhadap Sebelum memilih baju busana muslim Al-Wafa, responden mempertimbangkan beberapa merek lain yang ada di pasaran atau toko-toko**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	33	38,4
2	Setuju	37	43,0
3	Tidak Setuju	11	12,8
4	Sangat Tidak Setuju	5	5,8
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 33 orang (38,4%), responden yang memilih setuju sebanyak 37 orang (43,0%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 11 orang (12,8%), Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5,8%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 37 orang atau 43,0% menjawab setuju yang artinya konsumen setuju dengan Sebelum saya memilih baju busana muslim Al-Wafa, saya mempertimbangkan beberapa merek lain yang ada di pasaran atau toko-toko.

d) Indikator Keputusan Pembelian

Item Responden memutuskan untuk membeli baju busana muslim Al-Wafa setelah mempertimbang beberapa alternative

**Tabel.22 Tanggapan Responden Terhadap keputusan responden untuk membeli baju busana muslim Al-Wafa setelah mempertimbang beberapa alternatif**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	21	24,4
2	Setuju	52	60,5
3	Tidak Setuju	11	12,8
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 21 orang (24,4%), responden yang memilih setuju sebanyak 52 orang (60,5%),responden yang memilih tidak setuju sebanyak 11 orang (12,8%), Untuk jawaban sangat tidak setuju hanya 2 orang (2,3%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 52 orang atau 60,5% menjawab setuju yang artinya responden memutuskan untuk membeli baju busana muslim Al-Wafa setelah mempertimbang beberapa alternatif.

e) Indikator Tingkah Laku Pasca Pembelian

- (1) Item Responden merasa puas setelah membeli baju busana muslim Al-Wafa

**Tabel.23 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan setelah membeli baju busana muslim Al-Wafa**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	25	29,1
2	Setuju	53	61,6
3	Tidak Setuju	7	8,1
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,2
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 25 orang (29,1%), responden yang memilih setuju sebanyak 53 orang (61,6%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 7 orang (8,1%), Untuk jawaban sangat tidak setuju hanya 1 orang (1,2%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 53 orang atau 61,6% yang artinya responden merasa puas setelah membeli baju busana muslim Al-Wafa.

(2) Item Responden akan membeli ulang baju busana muslim Al-Wafa

**Tabel.24 Tanggapan Responden Terhadap Pembelian ulang baju busana muslim Al-Wafa**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	18	20,9
2	Setuju	42	48,8
3	Tidak Setuju	23	26,7
4	Sangat Tidak Setuju	3	3,5
<b>Total</b>		<b>86</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 18 orang (20,9%), responden yang

memilih setuju sebanyak 42 orang (48,8%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 23 orang (26,7%). Untuk jawaban sangat tidak setuju hanya 3 (3,5%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 42 orang atau 48,8% menjawab setuju yang artinya responden akan membeli ulang baju busana muslim Al-Wafa.

(3) Item Responden sudah lebih dari satu kali membeli baju busana muslim Al-Wafa

**Tabel.25 Tanggapan Responden Terhadap Pembelian baju busana muslim Al-Wafa yang melebihi satu kali**

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	24	27,9
2	Setuju	31	36,0
3	Tidak Setuju	21	24,4
4	Sangat Tidak Setuju	10	11,6
<b>Total</b>		<b>84</b>	<b>100</b>

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 24 orang (27,9%), responden yang memilih setuju sebanyak 31 orang (36,0%), responden yang memilih tidak setuju sebanyak 21 orang (24,4), Untuk jawaban sangat tidak setuju sebanyak 10 (11,6%). Dari hasil data di atas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 31 orang atau 36,0% menjawab setuju yang artinya responden sudah lebih dari satu kali membeli baju busana muslim Al-Wafa

## 5. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data penelitian yang dilakukan memiliki distribusi yang normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang normal dalam pendistribusiannya (Andi & Komputer, 2017, hal. 12). Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *SPSS 22 for windows*. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel.26 Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,37508945
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,080
	Negative	-,036
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dengan nilai Sig.  $\alpha = 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa Asymp. Sig. = 0,200 > Sig.  $\alpha = 0,05$  maka data terdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel *independent* yang memiliki kemiripan antar variabel *independent* dalam suatu model. Kemiripan antar variabel *independent* akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat (Sujarweni V. W., SPSS Untuk Penelitian, 2015, hal. 185). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Perhitungan nilai *tolerance* serta *variance inflation factor* (VIF). Multikolinearitas terjadi apabila:

### a) Nilai Toleransi

Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10

### b) Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00. Hasil Uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel:



Tabel.27 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,579	2,504		1,030	,306		
	Harga	,736	,204	,343	3,610	,001	,794	1,259
	Merek	,459	,109	,402	4,233	,000	,794	1,259
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian								

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari hasil perhitungan tabel di atas tidak terjadi multikolinearitas pada kedua variabel yaitu kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen karena nilai *Tolerance* > 0,10 (0,794 > 0,10) dan nilai VIF < 10,0 (1,259 < 10,00).

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan uji glejser bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas yaitu:

- a) Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai  $t_{hitung} < t\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- b) Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai  $t_{hitung} > t\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

**Tabel.28 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

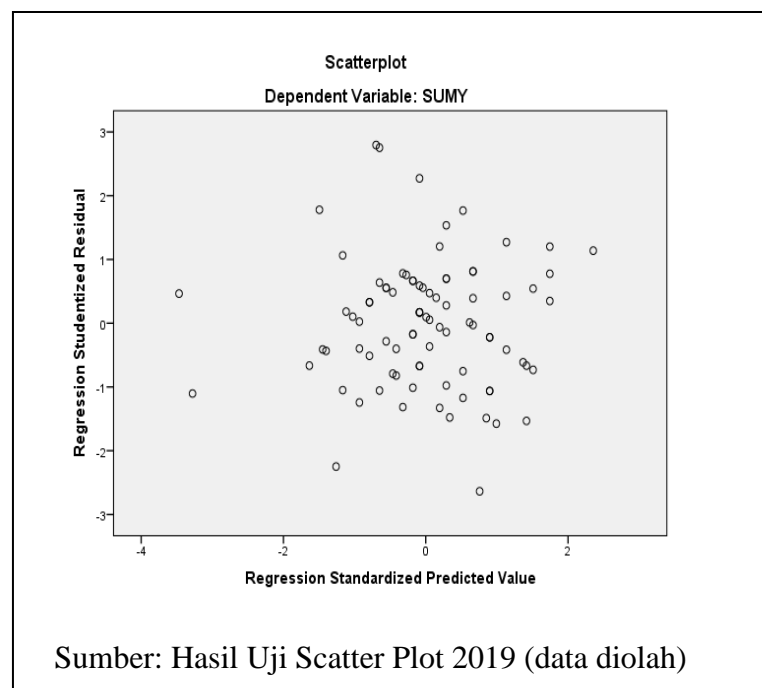
Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,286	1,541		,835	,406
	Harga	,082	,125	,080	,655	,515
	Merek	-,025	,067	-,046	-,378	,707

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel hasil uji heteroskedastisitas tersebut menunjukkan bahwa nilai Sig.  $X_1 = 0,515 \geq \text{Sig. } \alpha = 0,05$  maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, dan Sig.  $X_2 = 0,707 \geq \text{Sig. } \alpha = 0,05$  maka disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji scatterplot

**Gambar.4 Hasil Uji Scatterplot**

Sumber: Hasil Uji Scatter Plot 2019 (data diolah)

Apa bila titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari gambar di atas hasil uji scatterplot tersebut menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak di bawah angka nol dan di atas angka nol, maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

#### 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu harga dan merek terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 2,579 + 0,736 X_1 + 0,459 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X<sub>1</sub> : Harga

X<sub>2</sub> : Merek

a : Nilai konstanta

b : Koefisien regresi

e : *error term* (standar error)

Jika tidak terdapat pengaruh harga (X<sub>1</sub>) dan merek (X<sub>2</sub>) maka keputusan pembelian naik sebesar 2,579%, harga berpengaruh positif

terhadap keputusan pembelian. Apabila harga ( $X_1$ ) naik 1% maka keputusan pembelian (Y) naik sebesar 0,736% dan sebaliknya jika harga ( $X_1$ ) turun sebesar 1% maka keputusan pembelian (Y) turun sebesar 0,736%, Merek juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, jika variabel merek ( $X_2$ ) naik sebesar 1% maka keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,459% dan sebaliknya jika merek ( $X_2$ ) turun sebesar 1% maka keputusan pembelian (Y) akan turun sebesar 0,459%.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga dan merek terhadap keputusan pembelian pada Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin maka dilakukan pengujian-pengujian hipotesis penelitian terhadap variabel-variabel dengan pengujian, yaitu, uji t (uji signifikan parsial), uji F (uji Simultan) dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linear berganda dengan hipotesis sebagai berikut :

a) Uji t (uji signifikan parsial)

Uji t digunakan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Jika dalam pengujian dipastikan bahwa koefisien regresi yaitu variabel independen tidak sama dengan nol, maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan bahwa koefisien regresi suatu

variabel independen sama dengan nol, maka variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel.29 Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,579	2,504		1,030	,306
	Harga	,736	,204	,343	3,610	,001
	Merek	,459	,109	,402	4,233	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Kriteria pengujian:

Ho diterima dan Ha ditolak, apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $Sig. > \alpha$

Ha diterima dan Ho ditolak, apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau  $Sig. \leq \alpha$

(1) Pengujian hipotesis harga ( $X_1$ )

Hasil uji t dari tabel di atas menunjukkan nilai koefisien bernilai positif dan variabel harga diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,610 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,988 dengan tingkat signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian  $H_a$  dalam penelitian ini diterima. Berarti variabel harga terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin.

(2) Pengujian hipotesis merek ( $X_2$ )

Hasil uji t dari tabel 29 untuk variabel merek diperoleh nilai koefisien positif, dengan  $t_{hitung}$  sebesar 4,233 lebih besar dari  $t$

$F_{tabel}$  sebesar 1,988 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  dalam penelitian ini diterima. Berarti variabel harga terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin.

a. Uji F (uji simultan)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas (harga dan merek) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

**Tabel.30 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325,860	2	162,930	28,203	,000 <sup>b</sup>
	Residual	479,489	83	5,777		
	Total	805,349	85			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Merek, Harga						

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Kriteria pengujian:

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau  $Sig. > \alpha$

$H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  atau  $Sig. \leq \alpha$

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 28,203. Nilai tersebut lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  yang sebesar 3,10 dan nilai signifikansi untuk pengaruh harga ( $X_1$ ) dan merek ( $X_2$ ) secara simultan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, dikarenakan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dan nilai  $Sig. < \text{tingkat } \alpha$ ,

maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan variabel harga dan merek terhadap keputusan pembelian pada Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin.

b. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi atau *adjusted R<sup>2</sup>* bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel *independent*/bebas (variabel harga dan merek) menjelaskan variabel *dependent*/terikat (keputusan pembelian) atau untuk mengetahui besar persentase variasi terikat yang dijelaskan pada variabel bebas.

**Tabel.31 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,636 <sup>a</sup>	,405	,390	2,40353	2,111
a. Predictors: (Constant), Merek, Harga					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

Sumber: Hasil Penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi/*adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,390 atau 39%. Besarnya nilai koefisien determinasi/*adjusted R<sup>2</sup>* tersebut menunjukkan bahwa variabel *independent* yang terdiri dari harga ( $X_1$ ) dan merek ( $X_2$ ) mampu menjelaskan variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian pada Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin (Y) sebesar 39% sedangkan sisanya sebesar 61%, dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## **B. Analisis Data**

### **1. Pengaruh secara parsial hargadan merek terhadap keputusan pembelianpada produk Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin.**

Hasil dalam penelitian ini dapat dinyatakan sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Suri Amilia dan M. Oloan Asmara (2017), Devi Puspita Sari dan Audita Nuvitasari (2018) karena hasil penelitian yang mereka lakukan menyimpulkan bahwa harga (variabel bebas) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (variabel terikat).

Abuznaid, Ishak dan Abdullah mengemukakan, dalam Islam tidak dibenarkan menetapkan harga murah di bawah pasar, melarang praktik maisir atau menerima keuntungan tanpa bekerja, mengubah harga tanpa diikuti perubahan kuantitas atau kualitas produk, dilarang menipu pelanggan demi meraup keuntungan, diskriminasi harga di antara pelaku bisnis, melarang propaganda palsu melalui media, gamling (perjudian), penimbunan dan mengontrol harga yang berakibat pada kelangkaan pasokan, menimbun produk apa pun dilarang dalam Islam(Asnawi & Fanani, 2017, hal. 164-165).

Harga di Galeri Muslim Al-Wafa meliputi:

#### **a. Keterjangkauan harga**

Keterjangkauan harga ini menunjukkan apakah harga produk di Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin terjangkau oleh konsumen.

#### **b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk**



Indikator ini menunjukkan apakah harga produk di Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin sesuai dengan kualitas produk yang diterima atau sebaliknya.

c. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Indikator ini menunjukkan bahwa harga produk di Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumen Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin

Dari segi kajian syariah Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin dalam penentuan harga jual kepada konsumen sudah sesuai dengan ketentuan dalam ilmu ekonomi Islam yang melarang menetapkan harga jual murah dibawah harga pasar melarang praktik maisir atau menerima keuntungan tanpa bekerja, mengubah harga tanpa diikuti perubahan kuantitas atau kualitas produk, dilarang menipu pelanggan demi meraup keuntungan, diskriminasi harga di antara pelaku bisnis.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis untuk merek yang telah dilakukan, hasil uji t untuk variabel merek diperoleh nilai koefisien positif, dengan  $t_{hitung}$  sebesar 4,233 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,988 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_a$  dalam penelitian ini diterima. Berarti variabel merek terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin.

Hasil dalam penelitian ini dapat dinyatakan sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Irfan Ardiansyah (2018) karena hasil

penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa citra merek (variabel bebas) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (variabel terikat).

Merek adalah nama dan atau simbol yang bersifat membedakan seperti sebuah cap, logo, atau kemasan dengan maksud mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau sekelompok penjual tertentu dengan maksud untuk membedakannya dari barang atau jasa yang dihasilkan oleh para pesaing.

Ada 4 indikator merek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Identitas Merek

Identitas merek ini menunjukkan bahwa baju busana muslim Al Wafa memiliki ciri atau simbol yang mudah dikenali dan juga merek Al-Wafa mudah diucapkan, dikenali, dan diingat sehingga memudahkan untuk mengingatnya kembali.

b. Personalitas Merek.

Personalitas merek ini menunjukkan bahwa baju busana muslim Al-Wafa memiliki beberapa tingkat kualitas yang berbeda-beda, juga memiliki desain yang *stylish* (kekinian).

c. Asosiasi Merek

Asosiasi Merek dalam penelitian adalah menunjukkan baju busana muslim Al-Wafa memiliki kualitas bahan yang bagus, lembut, dan nyaman saat dipakai.

d. Manfaat dan Keunggulan Merek.

Manfaat dan keunggulan merek dalam penelitian ini ialah baju busana muslim Al-Wafa ketika dipakai terasa lembut dan sejuk, juga harganya pun tergolong murah.

## **2. Pengaruh secara simultan harga dan merek terhadap keputusan pembelian pada Galeri Muslim Al-Wafa Banjarmasin**

Adapun pengertian dari proses keputusan pembelian ialah salah satu tahap dari keseluruhan proses mental dan kegiatan-kegiatan fisik lainnya yang terjadi dalam proses pembelian pada suatu periode dan waktu tertentu serta pemenuhan kebutuhan tertentu atau dengan kata lain merupakan suatu rangkaian tahapan yang diambil oleh seorang konsumen (Swastha, 2000, hal. 14).

Ada 5 indikator keputusan pembelian dalam penelitian yaitu:

### **a. Pengenalan Kebutuhan**

Pengenalan kebutuhan dalam penelitian ini ialah konsumen membeli baju busana muslim Al-Wafa karena memenuhi kebutuhannya.

### **b. Pencarian Informasi**

Pencarian informasi dalam penelitian ini adalah konsumen membeli baju busana muslim Al-Wafa karena memperoleh informasi dari teman ataupun kerabat.

### **c. Evaluasi Alternatif**

Evaluasi alternatif dalam penelitian ini ialah konsumen mempertimbangkan beberapa merek lain yang ada di pasaran atau toko-toko sebelum membeli baju busana muslim Al-Wafa

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan untuk membeli baju busana muslim Al-Wafa setelah mempertimbang beberapa alternatif

e. Tingkah Laku Pasca Pembelian

Tingkah laku pasca pembelian ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas setelah membeli baju busana muslim Al-Wafa dan akan membeli ulang.