

**KONTRIBUSI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMKM KEDAILUMER BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH
MUFTIA P'ZZATUL AMALIA**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2024**

**KONTRIBUSI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMKM KEDAILUMER BANJARMASIN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Dan Humaniora
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
dalam Ilmu Psikologi

Oleh:
Muftia I'zzatul Amalia
NIM.1903040416



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
BANJARMASIN
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muftia I'zzatul Amalia
NIM : 190103040416
Tempat Tanggal Lahir : Banjarmasin, 18 April 2001
Jurusan/Program Studi : Psikologi Islam
Fakultas/Program : Ushuluddin dan Humaniora

Menyatakan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Kontribusi Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di UMKM Kedailumer Banjarmasin” adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 28 Desember 2023



Muftia I'zzatul Amalia
NIM.190103040416

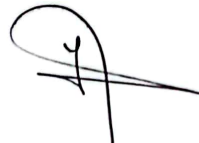
PERSETUJUAN SKRIPSI
KONTRIBUSI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMKM KEDAILUMER BANJARMASIN

Dipersembahkan dan disusun Oleh :

MUFTIA I'ZZATUL AMALIA
NIM.190103040416

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dapat diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I



Dr. M. Zainal Abidin, M.Ag
NIP.19771007200501007

Pembimbing II



Muslichin, M.A
NIP.19790324023211012

Mengetahui,
Ketua Jurusan Psikologi Islam



Dra. Mulyani, M.Ag
NIP.196810101994032004

PENGESAHAN SKRIPSI



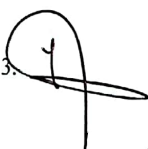


**KONTRIBUSI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UMKM KEDAILUMER BANJARMASIN**

Dipersembahkan dan disusun Oleh :

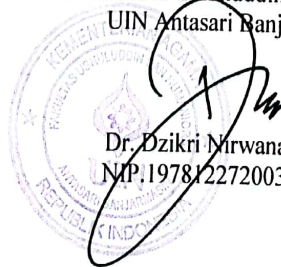
MUFTIA I'ZZATUL AMALIA
NIM.190103040416

Telah Diujikan Pada Tim Penguji
Pada Jum'at, 12 Januari 2024

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. H. Akhmad Sagir, M.Ag (Ketua Penguji)	1. 
2. Musfichin, M.A (Penguji 1)	2. 
3. Dr. M. Zainal Abidin. M.Ag (Penguji 2)	3. 
4. Dra. Mulyani, M.Ag (Penguji 3)	4. 
5. Sarihat, M.A (Notulis)	5. 

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ushuluddin Dan Humaniora
UIN Antasari Banjarmasin


Dr. Dzikri Nirwana, M.Ag
NIP.197812272003121002

ABSTRAK

Muftia I'zzatul Amalia. 190103040416. *Kontribusi Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di UMKM Kedailumer Banjarmasin.* Pembimbing (1) Dr. Muhammad Zainal Abidin, M.Ag., dan Pembimbing (2) Musfichin, M.A. Pada Program Studi Fakultas Ushuluddin Dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin. 2024

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Kedailumer

Pertumbuhan kondisi pemasaran yang sangat pesat membuat produsen harus membuktikan kualitas produknya kepada konsumen agar konsumen memilih produknya, hal ini merupakan salah satu strategi dalam pemasaran dalam bidang industri makanan dan minuman. Kedailumer merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak pada bidang kuliner yang menjual makanan berbahan pokok ketan dan dipasarkan kepada masyarakat dengan berbagai varian *topping* antara lain : coklat, keju, oreo, tiramisu, *matcha/greentea*, buah mangga, durian, dan lengkung. Usaha ini sudah ada sejak tahun 2020. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kontribusi pada perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian di Kedailumer Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penggunaan regresi linier sederhana digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel satu terhadap variabel lainnya. Data dikumpulkan melalui kuesioner penelitian yang melibatkan 68 responden. Aspek pada variabel perilaku konsumen ada 4 yakni : 1) Budaya, 2) Sosial, 3) Pribadi, dan 4) Psikologis. Kemudian aspek pada keputusan pembelian ada 5 yakni : 1) Pengenalan Masalah, 2) Pencarian Informasi, 3) Evaluasi Alternatif, 4) Keputusan Pembelian, dan 5) Perilaku Pasca Pembelian.

Hasil penelitian yang diperoleh yakni : 1) Tingkat Perilaku Konsumen di UMKM Kedailumer Banjarmasin dengan kategori tinggi sebanyak 40 orang atau 58,8%, kategori sedang sebanyak 28 orang atau 41,2%, 2) Tingkat Keputusan Pembelian di UMKM Kedailumer Banjarmasin dengan kategori tinggi sebanyak 46 orang atau 67,6%, kategori sedang sebanyak 22 orang atau 31,2%, 3) Terdapat kontribusi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di UMKM Kedailumer Banjarmasin dengan hasil uji regresi linear sederhana yang memiliki nilai sig. $0,011 < 0,05$ atau lebih kecil dari 0,05 sehingga Hipotesis Alternatif (H_a) diterima.

MOTTO

لَا تَحْتَقِرْ مَنْ دُونِكَ فَلِكُلِّ شَيْءٍ مَزِيَّةٌ

Jangan menghina seseorang yang lebih rendah daripada kamu, karena segala sesuatu itu mempunyai kelebihan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ, أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah Subhannahu Wata'ala yang senantiasa memberikan petunjuk, bimbingan, perlindungan, serta rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Kontribusi Perilaku Konsumen terhadap pengambilan Keputusan Pembelian di UMKM Kedailumer Banjarmasin”. Shalawat serta salam tak lupa pula tercurahkan kepada Baginda Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, serta pengikut beliau hingga hari akhir nanti.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana diprogram studi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Humaniora Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.Dzikri Nirwana, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin beserta jajarannya yang telah berkenan menerima dan menyetujui judul skripsi ini.
2. Ibu Dra. Mulyani, M. Ag selaku Ketua Jurusan Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan

arahan penulisan skripsi yang sesuai dengan kepentingan pengembangan Program Studi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin.

3. Bapak Dr. Muhammad Zainal Abidin, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing ke-1 yang memberikan arahan, masukan, saran serta tenaga dan waktunya dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Musfichin, M.A. selaku Dosen Pembimbing ke-2 yang telah sabar memberikan arahan, masukan, saran serta tenaga dan waktunya dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama masa kuliah sampai dengan penulisan skripsi ini.
6. Para konsumen Kedailumer Banjarmasin yang bersedia memberikan bantuan pada penelitian berlangsung untuk menjadi responden penelitian.
7. Kepada kedua orangtua saya yakni H. Ansyari Muslim selaku Abah dan Hj. Murni Sunnah (almh) selaku mama yang senantiasa memberikan dukungan penuh dan menjadi motivasi utama bagi saya, serta do'a yang tak pernah lepas untuk putri bungsunya ini untuk meraih cita-citanya dari awal kuliah hingga selesainya skripsi ini.
8. Dan kepada kakak saya yakni Dewi Rahmawati, SH.,M.Kn beserta suaminya selaku kakak ipar saya yang selalu memberi dukungan, semangat juga selalu sabar dalam memberikan arahan kepada adiknya ini dalam memperjuangkan

mimpinya. Dan tak lupa pula untuk ponakan saya yakni Khaliesa, Azzahra, Nizam, dan Azhar yang menjadi semangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Serta semua pihak baik keluarga, sahabat atau teman seperjuangan yang telah membantu dan berpartisipasi dalam memberikan dukungan, waktu, tenaga, motivasi dan do'a dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua di lingkungan kampus UIN Antasari Banjarmasin maupun bagi pembacanya lainnya dimanapun berada.

Banjarmasin, 23 Desember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Signifikansi Penelitian	7
E. Definisi Operasional	8
1. Perilaku Konsumen	8
2. Keputusan Pembelian	8
F. Penelitian Terdahulu	9
G. Hipotesis Penelitian	15
H. Sistematika Penulisan	15
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	17
A. Pengertian Perilaku Konsumen	17
1. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pada Pembelian Konsumen	19
B. Keputusan Pembelian	22
1. Tahapan Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	24
C. Perilaku Konsumen Dalam Islam	27
D. Keputusan Pembelian Dalam Islam	29
E. Kerangka Pikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	31
B. Lokasi Penelitian	31
C. Subjek Dan Objek	31
1. Subjek Penelitian	31
2. Objek Penelitian	32
D. Populasi Dan Sampel	32
E. Data	32

1. Data Primer	32
2. Data Sekunder	33
F. Metode Pengumpulan Data	33
1. Observasi	33
2. Wawancara	34
3. Skala Psikologi	34
G. Instrumen Penelitian	34
1. Skala Perilaku Konsumen	35
2. Skala Keputusan Pembelian	36
H. Desain Pengukuran	37
I. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data Penelitian	40
1. Teknik Pengolahan Data	40
2. Analisis Data	40
J. Prosedur Dalam Penelitian	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Dari Objek Penelitian	43
1. Sejarah Singkat Kedailumer Banjarmasin	43
2. Gambaran Responden Penelitian	44
B. Hasil Instrumen Penelitian	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas	49
C. Hasil Analisis Data dan Interpretasi	51
1. Analisis Deskriptif Data Hasil Penelitian	51
2. Uji Normalitas	55
3. Uji Linearitas	56
4. Uji Hipotesis	57
D. Aspek Pembentuk Utama	59
E. Pembahasan	61
1. Tingkat Perilaku Konsumen pada konsumen di UMKM Kedailumer Banjarmasin	61
2. Tingkat Keputusan Pembelian pada konsumen di UMKM Kedailumer Banjarmasin	63
3. Kontribusi Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di UMKM Kedailumer Banjarmasin	64
F. Keterbatasan Penelitian	67
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Rekomendasi	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	75
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	129

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Keterangan skor item	35
Tabel 3.2	<i>Blue Print</i> dan Terapan Butir Skala Perilaku Konsumen	36
Tabel 3.3	<i>Blue Print</i> dan Terapan Butir Skala Keputusan Pembelian	37
Tabel 4.1	<i>Blue Print</i> Dan Tebaran Butir Skala Perilaku Konsumen Setelah uji coba	46
Tabel 4.2	Ringkasan <i>Blue Print</i> Skala Perilaku Konsumen setelah uji coba	47
Tabel 4.3	<i>Blue Print</i> Dan Tebaran Skala Keputusan Pembelian Setelah Uji Coba	48
Tabel 4.4	Ringkasan <i>Blue Print</i> Skala Keputusan Pembelian Setelah Uji Coba	49
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumen	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Skala Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.7	Hasil Analisis Data Deskriptif	52
Tabel 4.8	Kategorisasi Perilaku Konsumen	53
Tabel 4.9	Kategorisasi Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.10	Uji Normalitas menggunakan <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	55
Tabel 4.11	Uji Linearitas	56
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka pikir	30
Gambar 4.1	Diagram Karakteristik subjek menurut perbedaan jenis kelamin	44
Gambar 4.2	Diagram klasifikasi usia konsumen sebagai responden	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian sebelum Uji Validitas dan Reliabilitas	76
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Uji Coba (<i>Try Out</i>) Skala Perilaku Konsumen	77
Lampiran 3 Uji Validitas Skala Perilaku Konsumen (x)	78
Lampiran 4 Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumen	88
Lampiran 5 Tabulasi Data Jawaban Uji Coba (<i>Try Out</i>) Skala Keputusan Pembelian (Y)	88
Lampiran 6 Uji Validitas Skala Keputusan Pembelian	90
Lampiran 7 Uji Reliabilitas Skala Keputusan Pembelian (y)	96
Lampiran 8 Skala Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian (Riset)	96
Lampiran 9 Tabulasi Skor Skala Perilaku Konsumen	97
Lampiran 10 Tabulasi Skor Skala Keputusan Pembelian	100
Lampiran 11 Uji Normalitas.....	103
Lampiran 12 Uji Linearitas	104
Lampiran 13 Uji Regresi Sederhana	104
Lampiran 14 <i>Blueprint</i> Skala Perilaku Konsumen	105
Lampiran 15 <i>Blueprint</i> Skala Keputusan Pembelian	108
Lampiran 16 Surat Keterangan Seminar Proposal	111
Lampiran 17 Surat Perubahan Judul	113
Lampiran 18 Surat <i>Try Out</i>	114
Lampiran 19 Surat Izin Melakukan Riset	115
Lampiran 20 Surat Selesai Riset	117
Lampiran 21 Kartu Konsultasi Pembimbing 1	118
Lampiran 22 Kartu Konsultasi Pembimbing 2	119
Lampiran 23 Formulir <i>Professional Judgment</i> 1.....	120
Lampiran 24 Formulir <i>Professional Judgment</i> 2	123
Lampiran 25 Surat Keterangan Submit Jurnal	126
Lampiran 26. Surat Lulus Uji Plagiasi	127