

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Dilansir dari Kota [Banjarmasin dalam Angka](#) Tahun 2022 yang dikeluarkan BPS, letak Kota Banjarmasin secara astronomis berada di antara 3°16'46" sampai dengan 3°22'54" Lintang Selatan dan 114°31'40" sampai dengan 114°39'55" Bujur Timur. Terkait dengan lokasinya, Kota Banjarmasin masuk ke dalam zona Waktu Indonesia Tengah (WITA).

Luas wilayah Kota Banjarmasin adalah 98,46 kilometer persegi yang terbagi menjadi lima kecamatan. Daftar kecamatan di Kota Banjarmasin yaitu Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Tengah, dan Banjarmasin Utara. Adapun secara geografis, [batas wilayah Kota Banjarmasin](#) sebelah utara dengan berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Banjar, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala dan sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Banjar. Sebagai kota dengan julukan seribu sungai, Banjarmasin dilewati oleh beberapa aliran sungai seperti Sungai Barito dan Sungai Martapura. Sungai Martapura merupakan sungai terpanjang yang melintasi Kota Banjarmasin dengan panjang 25.066 meter. (“Profil Kota Banjarmasin,” 2022)

2. Karakteristik Responden

a) Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	53	79,10%
2	Perempuan	14	20,90%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 67 orang responden, mayoritas respondennya adalah laki-laki dengan jumlah sebanyak 53 responden, sedangkan perempuan sebanyak 14 responden. Penentuan jumlah responden laki-laki ataupun perempuan dilakukan secara acak sesuai dengan kriteria yang mencukupi.

b) Pekerjaan

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar	2	3,00%
2	Mahasiswa	43	64,17%
3	Bekerja	22	32,83%
Jumlah		67	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 70 orang responden, sebagian besar responden adalah mahasiswa dengan jumlah sebanyak 43 responden, responden berikutnya adalah orang yang sudah

bekerja dengan jumlah sebanyak 22 responden, sedangkan pelajar sebanyak 2 responden.

3. Uji Instrument Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Pada dasarnya, uji validitas mengukur sah atau tidaknya sebuah pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas instrumen penelitian menggunakan SPSS 25, dengan kriteria jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilai signifikansi $< 0,05$ (5%) maka dinyatakan valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, dan nilai signifikansi $> 0,05$ (5%) maka dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Nilai Sign	Interpretasi
Pengalaman Pengguna (X1)	X1.1	0,783	0.240	0,000	Valid
	X1.2	0,746	0.240	0,000	Valid
	X1.3	0,737	0.240	0,000	Valid
	X1.4	0,690	0.240	0,000	Valid
	X1.5	0,750	0.240	0,000	Valid
	X1.6	0,793	0.240	0,000	Valid
	X1.7	0,799	0.240	0,000	Valid
	X1.8	0,795	0.240	0,000	Valid
	X1.9	0,722	0.240	0,000	Valid
	X1.10	0,604	0.240	0,000	Valid
	X1.11	0,775	0.240	0,000	Valid
	X1.12	0,537	0.240	0,000	Valid

	X1.13	0,748	0.240	0,000	Valid
	X1.14	0,735	0.240	0,000	Valid
	X1.15	0,770	0.240	0,000	Valid
	X1.16	0,705	0.240	0,000	Valid
	X1.17	0,682	0.240	0,000	Valid
Keamanan Produk (X2)	X2.1	0,917	0.240	0,000	Valid
	X2.2	0,904	0.240	0,000	Valid
	X2.3	0,864	0.240	0,000	Valid
Keterikatan Emosional (X3)	X3.1	0,765	0.240	0,000	Valid
	X3.2	0,808	0.240	0,000	Valid
	X3.3	0,807	0.240	0,000	Valid
	X3.4	0,821	0.240	0,000	Valid
	X3.5	0,880	0.240	0,000	Valid
	X3.6	0,815	0.240	0,000	Valid
	X3.7	0,849	0.240	0,000	Valid
	X3.8	0,760	0.240	0,000	Valid
	X3.9	0,860	0.240	0,000	Valid
	X3.10	0,785	0.240	0,000	Valid
	X3.11	0,814	0.240	0,000	Valid
	X3.12	0,840	0.240	0,000	Valid
	X3.13	0,778	0.240	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,766	0.240	0,000	Valid
	Y.2	0,744	0.240	0,000	Valid
	Y.3	0,784	0.240	0,000	Valid
	Y.4	0,758	0.240	0,000	Valid
	Y.5	0,705	0.240	0,000	Valid
	Y.6	0,681	0.240	0,000	Valid
	Y.7	0,708	0.240	0,000	Valid
	Y.8	0,785	0.240	0,000	Valid
	Y.9	0,716	0.240	0,000	Valid
	Y.10	0,639	0.240	0,000	Valid
	Y.11	0,791	0.240	0,000	Valid
	Y.12	0,767	0.240	0,000	Valid
	Y.13	0,692	0.240	0,000	Valid
	Y.14	0,796	0.240	0,000	Valid
	Y.15	0,758	0.240	0,000	Valid
	Y.16	0,757	0.240	0,000	Valid
	Y.17	0,648	0.240	0,000	Valid
	Y.18	0,687	0.240	0,000	Valid

	Y.19	0,774	0.240	0,000	Valid
	Y.20	0,684	0.240	0,000	Valid
	Y.21	0,720	0.240	0,000	Valid
	Y.22	0,768	0.240	0,000	Valid
	Y.23	0,769	0.240	0,000	Valid
	Y.24	0,657	0.240	0,000	Valid
	Y.25	0,644	0.240	0,000	Valid
	Y.26	0,668	0.240	0,000	Valid
	Y.27	0,728	0.240	0,000	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa semua item kuesioner yang menyatakan bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , dimana r_{tabel} nilainya 0,235 dan nilai signifikansi $0,000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dalam penelitian ini valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Perhitungan reliabilitas sebaiknya dilakukan hanya pada soal yang sudah memiliki validitas. Metode yang sering digunakan adalah *Cronbach Alpha*. Untuk menentukan intrumen reliable atau tidak menggunakan batasan 0,6.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbac'h Alpha	Kriteria	Keterangan
1	Pengalaman Pengguna (X_1)	0,943	0,60	Reliabel
2	Keamanan Produk (X_2)	0,874	0,60	Reliabel
3	Keterikatan Emosional (X_3)	0,957	0,60	Reliabel
4	Keputusan Pembelian (Y)	0,965	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

Dari hasil olah data diatas dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha* > 0,6, variabel Pengalaman Pengguna (X_1), Keamanan Produk (X_2) dan Keterikatan Emosional (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) lebih besar dari 0,60, maka butir-butir kuesioner tersebut reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

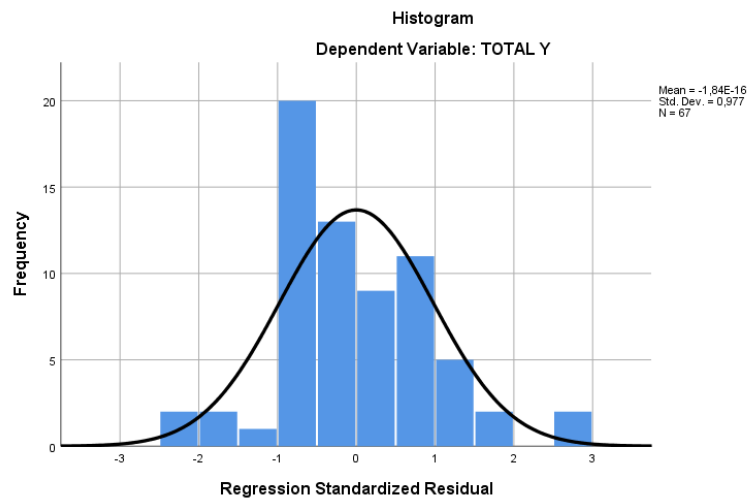
Uji asumsi klasik ini bertujuan untuk menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Dalam uji normalitas menyatakan bahwa model regresi

dikatakan normal jika grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal dan atau jika distribusi data plotting (titik-titik) mengikuti garis diagonal.

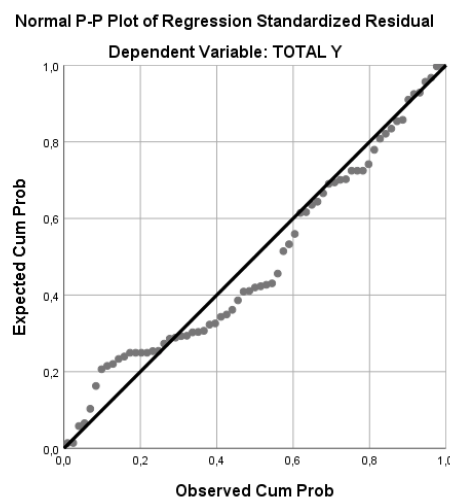
Gambar 4.1
Grafik Histogram



Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

Dari gambar grafik di atas, dapat dilihat bahwa pola mengikuti arah garis diagonal yang artinya grafik histogram terdistribusi normal.

Gambar 4.2
Grafik Normal Probability Plot



Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

Dari gambar grafik ini menunjukkan bahwa data tersebar pada pola grafik normal probability plot yang artinya terdistribusi dengan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati antar variable independen dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas jika ada fungsi linear yang sempurna pada beberapa atau semua independen variabel dalam fungsi linear. Uji multikolinearitas menyatakan tidak terjadi pada nilai tolerance $> 0,100$ dan nilai VIF $< 10,00$.

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21,602	7,035		3,071	,003		
	TOTAL X1	,430	,196	,297	2,189	,032	,241	4,155
	TOTAL X2	1,653	,697	,222	2,370	,021	,507	1,974
	TOTAL X3	,724	,228	,409	3,183	,002	,269	3,714

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

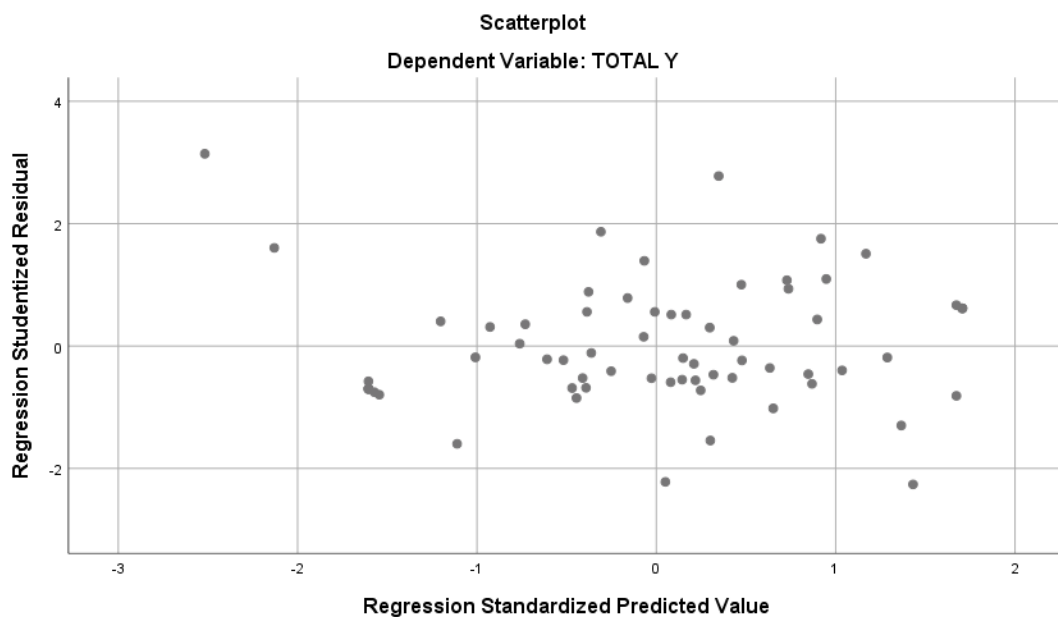
Berdasarkan data diatas, dapat dikatakan bahwa nilai tolerance untuk variabel X1 sebesar $0,241 > 0,100$ dan nilai VIF $4,155 < 10,00$. Nilai tolerance untuk variabel X2 sebesar $0,507 > 0,100$ dan nilai VIF $1,974 < 10,00$. Nilai tolerance untuk variabel X3 sebesar $0,269 > 0,100$ dan nilai VIF $3,174 < 10,00$. Dengan demikian tidak ditemukan adanya gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas tidak terjadi pada posisi pola yang tidak jelas (bergelombang, melebar kemudian menyempit) pada hasil yang ditampilkan scatterplots, dengan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Gambar 4.3

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

Pada gambar ini uji heteroskedastisitas dengan scatterplot menunjukkan bahwa pola menyebar tidak jelas pada sumbu Y dan di atas angka 0, maka dapat dikatakan tidak terdapat adanya gejala heteroskedastisitas.

5. Analisis Linier Berganda

Regresi linear berganda merupakan metode statistik yang biasa digunakan untuk menghubungkan antara satu variabel Y dengan lebih dari satu variabel X. Dalam regresi linear berganda menjelaskan adanya asumsi hubungan linear antara variabel dependen dengan variabel independen yang digambarkan dengan kombinasi linear untuk menggambarkan kontribusi pengaruhnya. Berikut dibawah ini rumus persamaan umumnya:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon_i$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Pengalaman Pengguna

X_2 = Keamanan Produk

X_3 = Keterikatan Emosional

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

ε_i = Kesalahan Pengganggu

Tabel 4.6
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21,602	7,035		3,071	,003		
	TOTAL X1	,430	,196	,297	2,189	,032	,241	4,155
	TOTAL X2	1,653	,697	,222	2,370	,021	,507	1,974
	TOTAL X3	,724	,228	,409	3,183	,002	,269	3,714

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

Dengan berdasarkan tabel diatas mampu di rancang regresi linier berganda anantara variabel X dengan variabel Y melalui pemasukan koefisien regresi linier berganda pada bentuk persamaan regresi linier berganda yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$

$$Y = 21,602 + 0,430X_1 + 1,653X_2 + 0,724X_3$$

Rumus linier berganda dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 21,602 menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel Pengalaman Pengguna (X1), Keamanan Produk (X2) dan Keterikatan Emosional (X3). Maka nilai keputusan pembelian adalah 21,602.
- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel Pengalaman Pengguna (X1) sebesar 0,430. Hal itu menunjukkan jika pengalaman pengguna mengalami kenaikan sebesar satu maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,430.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel Keamanan Produk (X2) sebesar 1,653. Hal itu menunjukkan jika keamanan produk mengalami kenaikan sebesar satu, maka keputusan konsumen akan naik sebesar 1,653.
- d. Nilai koefisien regresi untuk variabel Keterikatan Emosional (X3) sebesar 0,724. Hal itu menunjukkan jika keterikatan emosional mengalami kenaikan sebesar satu, maka keputusan konsumen akan naik sebesar 0,724.

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menghitung sejauh apa kemampuan model ketika memberikan penjelasan pada berbagai variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil memiliki artian kemampuan variabel-variabel independen ketika mendeskripsikan berbagai variabel dependen sangatlah terbatas. Nilai yang mendekati satu memiliki artian variabel-variabel independen menyediakan hampir setiap informasi yang diperlukan dalam memperkirakan variasi variabel dependen.

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,849 ^a	,720	,707	8,35299	2,187
a. Predictors: (Constant), TOTAL X3, TOTAL X2, TOTAL X1					
b. Dependent Variable: TOTAL Y					

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

Berdasarkan dengan tabel diatas diperoleh hasil uji koefisien determinasi, tabel tersebut memperlihatkan jika hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai (*R square*) sebesar 0,720 atau sama dengan 72,0%. Yang artian 72,0% perilaku Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Pengalaman Pengguna, Keamanan Produk, dan Keterikatan Emosional. Sedangkan sisanya 28,0% diberikan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

7. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (F)

Imam Ghozali (2011: 101) menyatakan jika nilai $\text{sign.} < 0,05$ maka artinya variabel independen (X) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Dan menurut V. Wiratna Sujarweni (2014: 155), nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka bisa diartikan variable X berpengaruh signifikan terhadap variable Y.

Tabel 4.8

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11321,116	3	3773,705	54,086	,000 ^b
	Residual	4395,660	63	69,772		
	Total	15716,776	66			
a. Dependent Variable: TOTAL Y						
b. Predictors: (Constant), TOTAL X3, TOTAL X2, TOTAL X1						

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

Berdasarkan tabel di atas di peroleh hasil dari F_{hitung} adalah sebesar 54,086 dan F_{tabel} sebesar 2,75 dan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 dan nilai = 5% atau 0,05. Dapat dilihat dari tabel 4.8 diatas bahwa $54,086 > 2,75$ dan nilai signifikansi diperoleh lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel pengalaman pengguna, keamanan produk, dan keterikatan emosional membawa pengaruh bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi:

H_2 : Secara simultan Pengalaman Pengguna, Keamanan Produk, dan Keterikatan Emosional memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin. Dinyatakan **diterima**.

b. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk mencari tahu pengaruh variabel Pengalaman Pengguna (X1), Keamanan Produk (X2), dan Keterikatan Emosional (X3) secara parsial terhadap keputusan pembelian, apakah berpengaruh secara signifikan atau tidak. Keputusan pengambilannya yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_o ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel pengalaman pengguna, keamanan produk, dan keterikatan emosional membawa pengaruh terhadap keputusan pembelian.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_o diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel pengalaman pengguna, keamanan produk, dan keterikatan emosional tidak membawa pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4.9

Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21,602	7,035		3,071	,003		
	TOTAL X1	,430	,196	,297	2,189	,032	,241	4,155
	TOTAL X2	1,653	,697	,222	2,370	,021	,507	1,974
	TOTAL X3	,724	,228	,409	3,183	,002	,269	3,714

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (Data Diolah : Zainal Ahmad, 2023)

Pada tabel 4.9 menunjukkan nilai signifikansi t untuk masing-masing variabel independen yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Variabel Pengalaman Pengguna (X1), nilai t_{hitung} sebesar 2,189 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,996 dengan signifikansi sebesar 0,032. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,189 > 1,996$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,032 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel Pengalaman Pengguna (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin.
- b) Variabel Keamanan Produk (X2), nilai t_{hitung} sebesar 2,370 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,996 dengan signifikansi sebesar 0,021. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,370 > 1,996$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,021 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel Keamanan Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin.
- c) Variabel Keterikatan Emosional (X3), nilai t_{hitung} sebesar 3,183 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,996 dengan signifikansi sebesar 0,002. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,183 > 1,996$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,002 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel Keterikatan Emosional (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin.

Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi:

H_1 : Secara parsial Pengalaman Pengguna, Keamanan Produk, dan Keterikatan Emosional memberikan pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap Keputusan Pembelian Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin. Dinyatakan **diterima**.

B. Analisis Data

1. Pengaruh pengalaman pengguna, keamanan produk, dan keterikatan emosional secara simultan terhadap keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor di kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil output SPSS diatas diketahui bahwa nilai *F hitung* sebesar $54,086 > F \text{ tabel } 2,75$ dan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang berarti Pengalaman Pengguna, Keamanan Produk, dan Keterikatan Emosional secara bersama-sama dengan signifikan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor di Kota Banjarmasin. Dilihat dari nilai koefisien determinasi (*R square*) adalah 0,720. Hal ini menjelaskan bahwa variabel-variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 72,0%. Sebesar 28,0% sisanya menjelaskan variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

2. Pengaruh pengalaman pengguna, keamanan produk, dan keterikatan emosional secara parsial terhadap keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor di kota Banjarmasin
 - a. Pengaruh Pengalaman Pengguna terhadap Keputusan Pembelian Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin

Bedasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Pengalaman Pengguna (X_1) terhadap keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Pengalaman Pengguna (X_1) sebesar $0,032 < 0,05$ dan nilai *t hitung* sebesar $2,189 >$ dari *t tabel* 1,996 dan dari hasil perhitungan pengaruh pengalaman pengguna terhadap keputusan pembelian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_α diterima yang berarti secara parsial variabel pengalaman pengguna berpengaruh terhadap keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor di Kota Banjarmasin.

Hasil penelitian ini di dukung atas serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cakti Bintang Dwi Harisma, Heny Sidanti, dan Dian Citaningtyas Ari Kadi (2022), yang berjudul: *Pengaruh Media Sosial dan User Experience terhadap Keputusan Pembelian Handphone Second di Marketplace Facebook (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Madiun)*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Variabel Media Sosial (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Variabel User Experience (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Variabel Media Sosial (X_1) dan User Experience (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b. Pengaruh Keamanan Produk terhadap Keputusan Pembelian Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin

Bedasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Keamanan Produk (X_2) terhadap keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Keamanan Produk (X_2) sebesar $0,021 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2,370 >$ dari t tabel 1,996 dan dari hasil perhitungan pengaruh keamanan produk terhadap keputusan pembelian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang berarti secara parsial variabel keamanan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor di Kota Banjarmasin.

Hasil penelitian ini di dukung atas serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Husniadi (2021), yang berjudul: *Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan, dan Keamanan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Online Wulan Kokula selama Masa Covid-19*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis ketiga (H_3) dapat diterima.

c. Pengaruh Keterikatan Emosional terhadap Keputusan Pembelian Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin

Bedasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Keterikatan Emosional (X_3) terhadap keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Keterikatan Emosional (X_3) sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $3,183 >$ dari t tabel 1,996 dan dari hasil perhitungan pengaruh keterikatan emosional terhadap

keputusan pembelian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang berarti secara parsial variabel keterikatan emosional berpengaruh terhadap keputusan pembelian komponen modifikasi sepeda motor di Kota Banjarmasin.

Hasil penelitian ini di dukung atas serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maulidia Sariroh, Agung Pujiyanto, dan Anom Maruta (2022), yang berjudul: *Pengaruh Citra Merek dan Keterikatan Emosional terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Persik Kediri Store*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Citra merek dan Keterikatan Emosional berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Penting bagi perusahaan untuk mempertahankan citra mereknya dan meningkatkan keterikatan emosional konsumen agar rasa loyal akan meningkat.

Berdasarkan pada hasil uji F dan uji T di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pembelian Komponen Modifikasi Sepeda Motor di Kota Banjarmasin dipengaruhi oleh Pengalaman Pengguna, Keamanan Produk, dan Keterikatan Emosional, baik secara parsial maupun secara simultan.

Berdasarkan analisis pada perilaku dalam memodifikasi sepeda motor perspektif ekonomi syariah di Kota Banjarmasin peneliti melakukan penelitian dengan 67 responden. Banyak modifikasi yang dilakukan oleh pengguna roda dua baik motor matic, bebek atau sport sehingga tidak susah dijumpai berbagai jenis motor hasil modifikasi melintas di jalanan.

Melakukan modifikasi untuk mengikuti trend yang berkembang dimasyarakat. Mereka melakukan modifikasi guna untuk merubah tampilan motor yang orisinal

menjadi lebih berbeda dari sebelumnya. Modifikasi yang dilakukan adalah mengganti warna lis, velg, ban, sokbreker, knalpot, ganti jok, merombak mesin dan lain-lain. Tujuan modifikasi yaitu untuk bergaya atau style, agar lebih percaya diri, dan terkadang untuk kebut-kebutan di jalan. Rasa kurang percaya diri dan mengikuti trend tersebut, membuat perilaku konsumtif meningkat. Hal tersebut membuat biaya perawatan motor menjadi lebih besar, terlebih untuk modifikasi yang digunakan untuk kebut-kebutan dijalanan.

Dalam Islam, perilaku konsumsi seorang muslim dituntut untuk bersikap sederhana, tidak boleh berlebih-lebihan, tidak boros dan menyesuaikan kebutuhan serta anggaran yang ada. Hal ini menyebabkan Allah sangat memberikan batasan kepada hamba-Nya dalam hal konsumsi. Adapun batasan konsumsi dalam Islam Allah terangkan dalam Q.S. Al Furqan ayat 67 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: *“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.” (Q.S. Al-Furqon: 67)*

Berdasarkan firman Allah di atas, dapat diketahui bahwa ajaran Islam memperbolehkan manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, namun manusia diperintahkan agar takaran dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang halal dan baik secara wajar serta tidak berlebihan. Ajaran Islam memerintahkan agar dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa hendaklah mempertimbangkan

antara kebutuhan akan manfaat suatu barang dan pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh manfaat dari barang atau jasa tersebut, karna Islam mengajarkan untuk tidak berlebihan dan boros. Pencukupan kebutuhan dan keinginan diperbolehkan selama hal itu tidak merugikan orang lain, dan dapat menambah kesejahteraan diri sendiri.

Mannan berpendapat bahwa dalam Islam, konsumsi dikendalikan oleh prinsip sebagai berikut :

a. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip kesederhanaan ini mengatur perilaku manusia agar tidak berlebihan. Data di atas menunjukkan bahwa konsumsi dalam memodifikasi motor belum sepenuhnya mengacu pada prinsip kesederhanaan, dalam hal ini adalah pada trend dan bergaya. Dengan mengikuti trend dan bergaya, membuat modifikasi yang dilakukan memerlukan biaya yang besar.

b. Prinsip Moralitas

Prinsip ini sangat penting sebab Islam menghendaki perpaduan nilai material dan spiritual. Data tersebut menunjukkan bahwa konsumsi dalam memodifikasi sepeda motor belum sepenuhnya mengacu pada prinsip moralitas. Sebab modifikasi yang dilakukan untuk bergayaa dan juga kebutkebutan dijalan. Selain dapat membahayakan diri sendiri, orang lain, dan juga memerlukan biaya besar, modifikasi juga membuat perilaku menjadi kurang baik.

Sedangkan dalam karakter ekonomi Islam adanya keseimbangan antara kepentingan individu dengan kepentingan umum. Artinya keseimbangan dalam sistem sosial Islam adalah, Islam tidak mengakui hak mutlak dan kebebasan mutlak, tetapi mempunyai batasan-batasan. Seperti modifikasi motor yang dilakukan dalam hal ini adalah merubah knalpot mejadi reacing (blong) dan tujuannya untuk kebut-kebutan dijalanan.

Data tersebut menunjukkan bahwa modifikasi tersebut belum sepenuhnya mengacu pada karakteristik ekonomi Islam. Sebab modifikasi tersebut dapat megganggu keyamanan dan juga membahayakan orang lain seperti suara knalpot reacing dan untuk kebut-kebutan dijalan. Dalam hal ini keseimbangan sistem sosial Islam tidak mengakui hak kebebasan tetapi mempunyai batasan-batasan tertentu sehingga kenyamanan orang lain terjaga.

Selanjutnya Menurut Metwally, ekonomi Islam dikendalikan oleh prinsip sebagai berikut :

- a. Sumber daya dipandang sebagai amanah Allah kepada manusia, sehingga pemanfaatannya harus dijalan Allah.

Data yang diperoleh menunjukkan bahwa penggunaan sumber daya belum sepenuhnya diarahkan kehal-hal yang baik, dalam hal ini seperti biaya untuk modifikasi motor yang berlebihan. Sehingga penggunaan sumber daya seperti uang belum mengarah untuk kebaikan.

Sebagaimana modifikasi yang sering dilakukan adalah thailook stayle atau lebih identik modifikasi dengan ban dan velg berukuran kecil. Selain

itu, ada juga yang melakukan modifikasi seperti merombak mesin dan merubah kenalpot reacing, sehingga dari sisi biaya modifikasi maupun perawatan menjadi lebih banyak. Selain modifikasi yang dilakukan memerlukan biaya yang besar, modifikasi juga memiliki dampak negatif baik bagi pengguna maupun motornya. Seperti merombak mesin, merubah kenalpot reacing yang dapat merusak mesin dan bahan bakar menjadi lebih boros serta biaya perawatan meningkat.

- b. Seorang muslim harus tunduk kepada Allah. kondisi ini akan mendorong seorang muslim akan menjauhkan diri dari melampaui batas.

Sehingga dapat diketahuai bahwa perilaku modifikasi yang dilakukan belum memperdulikan nilai kesedarhanaan. Hal itu terlihat dari gaya modifikasi yang terlihat mewah dan memerlukan biaya yang besar. Sehingga dilihat dari sisi ekonomi, modifikasi yang dilakukan tidak memperhatikan aspek manfaat maupun kegunaan dari modifikasi itu sendiri. Selanjutnya dalam karakter ekonomi Islam adanya keseimbangan antara kerohanian dan kebendaan. Yaitu dimana Setiap aktivitas manusia di dunia akan berdampak pada kehidupan kelak di akhirat. Oleh karena itu, aktivitas kehidupan kita tidak boleh mengorbankan kehidupan akhirat.

Data tersebut menunjukkan bahwa dalam karakteristik ekonomi Islam setiap aktivitas kehidupan tidak boleh mengorbankan akhirat sehingga harus ada keseimbangan antara yang dilakukan dengan hasilnya. Dalam hal ini

adalah modifikasi motor dimana modifikasi tersebut hanya mementingkan keinginan semata tanpa mementingkan hasil dikemudian hari.

Menurut Naqfi, etika Islam dalam konsumsi yaitu dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. sehingga senantiasa dalam hukum-hukum Allah. Namun berbeda dalam pandangan kapitalistik, konsumsi merupakan fungsi keinginan, nafsu, harga barang dan lain-lain tanpa memperdulikan dimensi spiritual.

Data diatas menunjukkan bahwa konsumsi yang dilakukan belum sepenuhnya diarahkan ketujuan yang baik, seperti modifikasi yang dilakukan. Hal tersesbut dapat dilihat dari konsumsi yang hanya menginginkan fungsi keinginan tanpa memperdulikan manfaat dan tujuannya dikarenakan biaya modifikasi tidak sedikit.(Muarif, 2017)