

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat toko roti Arsila Bakery Banjarmasin

Perusahaan roti “Arsila Bakery” merupakan perusahaan persekutuan yang bergerak dalam bidang industry pembuatan roti yang dipimpin oleh H. Ibnu Rachman Firly dibantu istrinya Hj. Laitina Suria. Toko roti yang menjual berbagai jenis roti dan cake menerapkan konsep baking show atau dapur terbuka dimana konsumen dapat melihat langsung proses pengolahan produk yang akan dikonsumsinya dan konsep self service yaitu konsumen bisa memilih dan mengambil sendiri aneka produk yang dijual sesuai selera mereka. Dengan motto *fresh From the Oven* , artinya Arsila menjual produk yang masih baru dengan kualitas baik dan diolah dari bahan-bahan pilihan yang bebas dari pengawet.

Perusahaan ini didirikan pada tanggal 18 Agustus 2003 yang berlokasi di jalan S.Parman No.3 Rt.07 samping POM bensin Banjarmasin Telp. (0511) 4364607. Adapun Arsila Bakery membuka cabang untuk daerah Banjarmasin, yaitu Jl.Gunung Sari No.35 Telp. (0511) 3365615, Jl. Jafri Zam-Zam, Ruko Hooek tembusan komp. Mulawarman Telp.(0511) 3355216, Jl. A.Yani km.9,7 kios POM Bensin Pertamina.

Setelah itu, pada tanggal 18 Agustus 2004 Arsila bakery juga dibangun dikota Banjarbaru yang berlokasi di jalan A. Yani Bundaran Simpang 4 Banjarbaru Telp. (0511) 7473855. Baru setelah itu, pada tanggal 10 April 2005, Arsila Bakery juga dibangun di kota Kapuas yang berlokasi di jalan A.Yani No.71D Telp. (0513) 6707799 Kalimantan Tengah.

Untuk kelancaran kegiatan usaha maka perusahaan roti Arsila Bakery dilengkapi dengan beberapa surat keterangan dengan bidang usahanya, antara lain:

1. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil
No. 52 / P / 16-10/ PK / IX/2003
2. Surat Keterangan Terdaftar / Kantor Pelayanan Pajak
No. PEM-1600/ WPJ.14 / KP.0503 / 2003
3. Surat Keterangan Usaha
No. SOS / AO904012 / KP2T

Dengan dikeluarkannya surat izin tersebut, maka perusahaan roti Arsila Bakery dapat dengan mudah dan bebas melaksanakan kegiatan usahanya. Arsila Bakery yang bertempat di jalan S. Parman buka selama 1x24 jam.

Pada mulanya perusahaan hanya memperkerjakan anggota keluarga dan setelah perkembangan usaha semakin maju maka perusahaan menambah lagi tenaga kerjanya. Adapun modal yang

digunakan dalam kegiatan usaha perusahaan roti Arsila Bakery ini seluruhnya merupakan modal sendiri.

2. Struktur organisasi

Di dalam setiap perusahaan baik itu perusahaan besar maupun kecil tentunya tidak dapat mengabaikan adanya suatu organisasi yang baik dan teratur di dalam kehidupan perusahaan tersebut. Pentingnya organisasi itu terutama dalam rangka menyatukan kegiatan orang-orang yang bekerja dalam perusahaan agar dapat saling bekerja sama serta saling menunjang dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan dan sekaligus tujuan karyawannya.

Mengingat pentingnya organisasi bagi suatu perusahaan, maka disusunlah suatu struktur organisasi sehingga dapat secara jelas tugas dan wewenang serta tanggung jawab masing-masing orang atau perusahaan. Suatu perusahaan yang mempunyai stuktur organisasi yang baik, apabila struktur organisasi tersebut dapat memberikan suatu gambaran yang jelas dan terperinci tentang tugas dan tanggung jawab yang dimiliki masing-masing jabatan dan sub bagian yang terdapat dalam organisasi tersebut. Oleh karena itu dengan adanya struktur organisasi yang baik, maka pimpinan dapat mengukur hasil kerja karyawan didalam ruang lingkup tugasnya.

Struktur organisasi perusahaan roti Arsila Bakery dalam bentuk organisasi garis (Lini) adalah sebagai berikut.

Bagan
Stuktur Organisasi Perusahaan Roti Arsila Bakery



Sumber: Perusahaan Roti “Arsila Bakery”.

Dalam bentuk organisasi lini terdapat adanya sistem hubungan dan kesatuan perintah (otorisasi) dari atas ke bawah, yang memberikan suatu ketegasan dan kejelasan perintah sehingga disiplin kerja lebih terjamin. Dan lagi pula bentuk ini sederhana dalam pelaksanaannya:

Tugas dari masing-masing jabatan yaitu:

a. Direktur Perusahaan (Pemimpin Perusahaan)

Sebagai pemegang kekuasaan tertinggi dalam perusahaan, memiliki tugas dan tanggung jawab:

- Merencanakan dan menetapkan kebijaksanaan yang akan dijalankan oleh perusahaan
- Menentukan tugas dan wewenang pekerjaan kepada setiap bagian dalam perusahaan

- Mengkoordinir dan mengawasi tiap-tiap bagian dalam perusahaan
- Penjualan dan pengurusan semua urusan dengan pihak-pihak yang ada hubungan dengan kegiatan perusahaan
- Menetapkan pula kebijaksanaan pengadaan bahan-bahan yang diperlukan untuk melaksanakan kelancaran produksi.

b. Manajer Operasional (Pimpinan Operasional)

Tugas dan kewajiban Manajer Operasional:

- Mengelola Produk-produk yang dihasilkan
- Menyiapkan rencana promosi usaha dan pemasarannya

c. Bagian Administrasi

Tugas dan tanggung jawab Bagian Administrasi:

- Menyelenggarakan semua tugas-tugas yang berhubungan dengan pencatatan.

d. Bagian Keuangan

Tugas dan tanggung jawab Bagian Keuangan:

- Mengelola perhitungan seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dan semua transaksi keuangan perusahaan

e. Bagian Pengadaan Barang/ Barang Purchasing dan Pergudangan

Tugas dan tanggung jawab Bagian Pengadaan Barang:

- Menjaga kelancaran produksi

f. Bagian Produksi

Tugas dan tanggung jawab bagian produksi:

- Menyelenggarakan kegiatan produksi secara kontinyu menurut rencana yang telah ditentukan oleh Direktur Perusahaan.
- Menjaga kelancaran dan kestabilan proses produksi dalam arti bertanggung jawab mempertahankan mutu produk serta menjaga peralatan yang digunakan agar dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya.

g. Bagian Penjualan

Tugas dan tanggung jawab Bagian Penjualan:

- Melaksanakan semua kegiatan yang berhubungan dengan penjualan (Pemasaran Hasil Produksi).
- Mengatur hubungan dengan relasi (langganan) dan mengawasi mutu barang yang dijual.

h. Kasir / Sales

Tugas dan tanggung jawab kasir/sales:

- Menerima dan melayani pembayaran yang dilakukan oleh konsumen.

3. Proses Produksi

Proses produksi yang dijalankan oleh perusahaan roti Arsila Bakery merupakan proses produksi terus menerus (*Continuous Proccess*) karena perusahaan memproduksi secara massa (dalam jumlah yang besar).

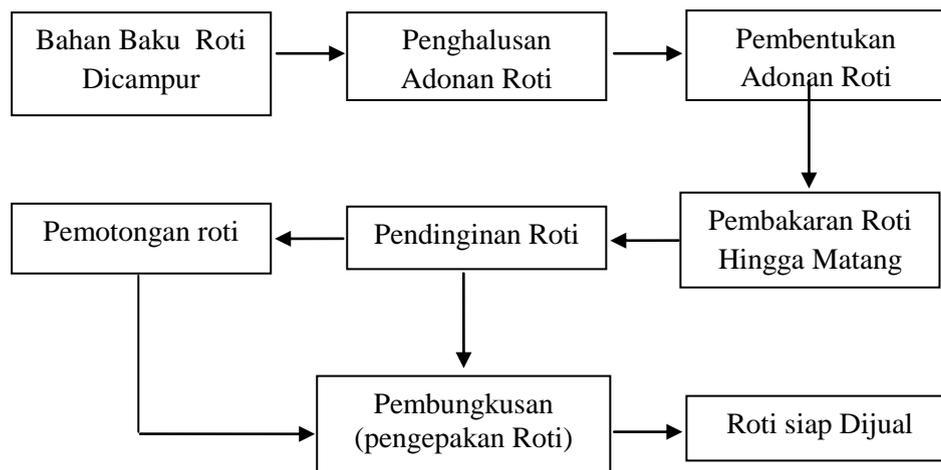
Urutan proses produksi yang terjadi pada perusahaan roti Arsila Bakery dapat penulis uraikan sebagai berikut:

- a. Mula-mula gist direndam dengan air secukupnya, didiamkan sebentar. Kemudian dicampur dengan tepung terigu, telur, margarine, gula dan dimasukkan ke dalam mesin pengaduk (pengadonan).
- b. Secara merata, baru dikeluarkan dalam mesin pengaduk, lalu dilakukan penghalusan (penggilasan) dengan mesin roll agar adonan tersebut menjadi lebih merata dan lembut.
- c. Setelah adonan lembut, maka adonan langsung dipotong, di timbang dan di bentuk dan di diamkan sebentar.
- d. Adonan yang sudah dibentuk dimasukkan kelayang cetakan yang sudah dipolesi dengan margarin terlebih dahulu dan di diamkan sebentar.
- e. Setelah itu dimasukkan ke dalam oven (tempat pembakaran) hingga masak dan setelah masak dikeluarkan dari oven dan di dinginkan.

- f. Untuk roti tawar, setelah roti di dinginkan di potong-potong dengan mesin pemotong, baru kemudian roti-roti tersebut dibungkus dan disimpan ditempat sementara (keranjang roti) dan siap untuk dijual di pasaran.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini penulis akan gambarkan secara sistematis mengenai proses produksi yang terjadi di perusahaan roti Arsila Bakery:

Bagan
Proses Produksi Pada Perusahaan Roti “Arsila Bakery”.



Sumber: Perusahaan Roti “Arsila Bakery”

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan roti Arsila Bakery yaitu :

- Roti Tawar (Toast)
- Roti Rasa Coklat
- Roti Rasa Keju
- Roti Rasa Sosis
- Roti Rasa Nanas
- Roti Rasa Sarikaya

- Roti Rasa Strawberry
- Roti Rasa Durian
- Roti Kismis
- Roti Kacang
- Roti Pisang
- Donat
- Roti Isi Daging
- Taiwaness
- Muffin
- Brownies
- Roti Kasur
- Roti 5 Rasa
- Kepang
- Black Forest
- Roll Cake
- Kue Lapis Surabaya.

4. Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang ada pada perusahaan industry pembuatan roti Arsila Bakery berjumlah sebanyak 32 orang, dimana tenaga kerja yang ada perusahaan ini adalah karyawan yang diangkat oleh perusahaan berdasarkan surat keputusan untuk menjadi karyawan yang termasuk kategori ini adalah karyawan yang berkerja pada bagian administrasi, bagian keuangan, bagian pengadaan barang, bagian penjualan, bagian unit produksi, kasir/sales, serta para manajer, yang jenis pekerjaannya tidak bisa digantikan orang lain.

Tenaga kerja perusahaan industri pembuatan roti pada Arsila Bakery ini seluruhnya WNI dengan tingkat pendidikan terdiri dari SMP, SMA, SMK dan Sarjana.

Karena Arsila bakery mempunyai waktu buka 1x24 jam, maka jadwal kerja mereka dibagi menjadi 3, yaitu pagi dari jam 07.00 – 14.30, sore 14.30 -22.00 dan malam 22.00 – 07.00. Untuk kasir pada waktu pagi dan sore dilakukan oleh wanita, dan pada malam hari digantikan oleh laki-laki.

Matrik

Jumlah karyawan pada perusahaan roti Arsila Bakery Banjarmasin

No.	Bagian	Jumlah Karyawan (orang)
1.	Cleaning Servive	3
2.	Purchasing, Keuangan dan Administrasi	4
3	Kasir	8
4	Produksi	17
Total		32 Orang

5. Pemasaran Hasil Produksi

Hasil produksi dari perusahaan roti Arsila Bakery berupa makanan ringan roti. Roti merupakan makanan yang digemari oleh masyarakat umum karena selain rasa enak, harganya terjangkau oleh masyarakat.

Dalam rangka penyebaran produk ini perlu adanya kegiatan pemasaran yang efektif, mengingat roti merupakan makanan yang tidak tahan lama, maka dalam memasarkan hasil produksi (roti) perlu digunakan saluran distribusi yaitu:

Produsen → Pedagang Eceran → Konsumen

Selain itu perusahaan juga menjual kepada konsumen yang langsung datang ke perusahaan agar dapat memilih berbagai macam hasil produk (roti) yang telah diproduksi. Para konsumen bisa melakukan pemesanan roti dengan jumlah yang mereka inginkan.

B. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para konsumen roti Arsila pada toko roti Arsila Bakery Banjarmasin yang menjadi responden. Jumlah kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, yaitu:

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	8	26,7%
Perempuan	22	73,3%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa proporsi terbesar dari responden melalui jenis kelamin adalah perempuan yaitu sebanyak 22 orang atau sekitar 73,3% dari total responden. Sedangkan responden laki-laki yaitu sebanyak 8 orang atau sekitar 26,7%.

b. Umur

Tabel 4.2
Karateristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
20 - 30 Tahun	17	56,7%
31- 40 Tahun	8	26,7%
41 - 50 Tahun	3	10%
>51	2	6,6%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari hasil data di atas keadaan umur responden dikelompokkan menjadi empat kelompok dengan masing-masing jumlah frekuensinya dan persentasenya memperoleh data yang berbeda. Kelompok 20-30 tahun memperoleh frekuensi sebesar 17 orang atau sekitar 56,7% . Kelompok 31-40 tahun sebanyak 8 orang atau sekitar 26,7%. Sementara kelompok umur 41-50 tahun sebanyak 3 orang atau sekitar 10%, dan terakhir kelompok diatas 50 tahun sebanyak 2 orang atau sekitar 6,6%. Itu berarti kelompok yang inilah yang terendah di antara kelompok yang lain.

c. Jenis Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	9	30%
Swasta	8	26,7%
Ibu R.T	7	23,3%
Mahasiswa	6	20%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari data diatas maka dapat disimpulkan pekerjaan terbanyak menunjukkan bahwa PNS memiliki proporsi terbesar yaitu 9 orang atau sekitar 30%, kemudian pekerjaan Swasta 8 orang atau sekitar 26,7%, Ibu

Rumah Tangga 7 orang atau sekitar 23,3%, Mahasiswa 6 orang atau sekitar 20%.

C. Analisis Deskripsi Variabel

Pada hasil pengumpulan jawaban dari responden, maka gambaran mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas produk roti Arsila Bakery Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penjelasan responden terhadap karakteristik roti

a. Enak atau lezat

Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap hal rasa enak atau lezat dengan kualitas produk dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Kesesuaian rasa enak atau lezat dengan kualitas produk

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	7	23,3%
2	Setuju	22	73,3%
3	Netral	1	3,4%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	30	100%

Dari hasil kuesioner tersebut, maka para responden yang telah menikmati roti Arsila terhadap memberikan penilaian. Ternyata 22 orang responden atau 73,3% memberikan nilai 4 yang artinya Enak. Kemudian, 7 orang responden atau 23,3% memberikan nilai 5 yang artinya Sangat Enak roti Arsila mempunyai cita rasa yang enak atau lezat. Dan 1 orang responden

atau 3,4% memberikan nilai 3 yang artinya Netral artinya konsumen menilai cita rasa roti ini netral saja. Sedangkan untuk nilai 2 dan 1 tidak ada responden yang memberikan persepsinya.

b. Mempunyai Aroma yang Khas

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal mempunyai aroma yang khas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Mempunyai Aroma yang Khas

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	2	6,7%
2	Setuju	25	83,3%
3	Netral	3	10%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	30	100%

Dari hasil kuesioner tersebut, maka para responden yang telah menikmati roti Arsila Bakery memberikan jawaban. Ternyata 25 orang responden atau 83,3% memberikan nilai 4 yang artinya Setuju. kemudian 2 orang responden atau 6,7% memberikan nilai Sangat Setuju bahwa roti Arsila mempunyai aroma yang khas. Dan 3 orang responden atau 10% memberikan nilai 3 yang artinya Netral bahwa roti Arsila Bakery mempunyai aroma yang khas. Sedangkan untuk nilai 2 dan 1, tidak ada responden yang memberikan persepsinya.

c. Mempunyai Tekstur yang lembut

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal mempunyai tekstur yang lembut dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Mempunyai Tesktur yang Lembut

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	3	10%
2	Setuju	22	73,3%
3	Netral	5	16,7%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	30	100%

Dari hasil kuesioner tersebut, maka para responden yang telah menikmati roti Arsila Bakery memberikan jawaban. Ternyata 22 orang responden atau 73,3% memberikan nilai 4 yang artinya Setuju. kemudian 3 orang responden atau 10% memberikan nilai Sangat Setuju bahwa roti Arsila mempunyai tekstur roti yang lembut. Dan 5 orang responden atau 16,7% memberikan nilai 3 yang artinya Netral bahwa roti Arsila Bakery mempunyai tekstur roti yang lembut. Sedangkan untuk nilai 2 dan 1, tidak ada responden yang memberikan persepsinya.

d. Mempunyai Citra atau Image produk yang baik

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal mempunyai citra atau image produk yang baik dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Mempunyai citra atau image produk yang baik

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	3	10%
2	Setuju	26	86,7%
3	Netral	1	3,3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	30	100%

Dari hasil kuesioner tersebut, maka para responden yang telah menikmati roti Arsila Bakery memberikan jawaban. Ternyata 26 orang responden atau 86,7% memberikan nilai 4 yang artinya Setuju, kemudian 3 orang responden atau 10% memberikan nilai Sangat Setuju bahwa produk roti Arsila Bakery mempunyai citra atau image produk yang baik di mata konsumen. Dan 1 orang responden atau 3,3% memberikan nilai 3 yang artinya Netral bahwa produk roti Arsila Bakery mempunyai citra atau image produk yang baik di mata konsumen. Sedangkan untuk nilai 2 dan 1, tidak ada responden yang memberikan persepsinya.

e. Harga sesuai dengan Kualitas Produk roti

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal mempunyai citra atau image produk yang baik dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.8
 Harga sesuai dengan Kualias Produk

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	2	6,7%
2	Setuju	24	80%
3	Netral	4	13,3%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	30	100%

Dari hasil kuesioner tersebut, maka para responden yang telah menikmati roti Arsila Bakery memberikan jawaban. Ternyata 24 orang responden atau 80,0% memberikan nilai 4 yang artinya Setuju, kemudian 2 orang responden atau 7,6% memberikan nilai Sangat Setuju bahwa harga roti Arsila Bakery sesuai dengan kualitas produk roti yang dihasilkan. Dan 4 orang responden atau 13,3% memberikan nilai 3 yang artinya Netral bahwa harga roti Arsila Bakery sesuai dengan kualitas produk roti yang dihasilkan. Sedangkan untuk nilai 2 dan 1 tidak ada responden yang memberikan persepsinya.

f. Varian Rasa yang Beragam sesuai Selera

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal mempunyai cvarian rasa yang beragam sesuai selera konsumen dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.9
 Varian Rasa yang Beragam sesuai Selera

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	4	13,3%
2	Setuju	17	56,7%
3	Netral	9	30%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	30	100%

Dari hasil kuesioner tersebut, maka para responden yang telah menikmati roti Arsila Bakery memberikan jawaban. Ternyata 17 orang responden atau 56,7% memberikan nilai 4 yang artinya Setuju. kemudian 3 orang responden atau 13,3% memberikan nilai Sangat Setuju bahwa varian rasa roti Arsila Bakery yang beragam sesuai dengan selera konsumen. Dan 9 orang responden atau 30% memberikan nilai 3 yang artinya Netral/ ragu-ragu bahwa varian rasa roti Arsila Bakery yang beragam sesuai dengan selera konsumen. Sedangkan nilai 2 dan 1 tidak ada responden yang memberikan persepsinya.

g. Kemasan Roti Mempunyai Logo yang Berbeda.

Berdasarkan hasil jawaban responden dalam hal mempunyai kemasan roti yang mempunyai logo yang berbeda dengan produk lain dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Kemasan Roti Mempunyai Logo yang Berbeda

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	2	6,7%
2	Setuju	17	56,7%
3	Netral	10	33,3%
4	Tidak Setuju	1	3,3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	30	100%

Dari hasil kuesioner tersebut, maka para responden yang telah menikmati roti Arsila Bakery memberikan jawaban. Ternyata 17 orang responden atau 56,7% memberikan nilai 4 yang artinya Setuju. kemudian 2 orang responden atau 6,7% memberikan nilai Sangat Setuju bahwa kemasan produk roti Arsila Bakery mempunyai logo yang berbeda dengan produk roti yang lain. Dan 10 orang responden atau 33,3% memberikan nilai 3 yang artinya Netral bahwa produk kemasan produk roti Arsila Bakery mempunyai logo yang berbeda dengan produk roti yang lain. Sedangkan 1 orang responden atau 3,3% memberikan nilai 2 yang artinya tidak setuju bahwa kemasan produk roti Arsila Bakery mempunyai logo yang berbeda dengan produk roti yang lain. dan nilai 1 tidak ada responden yang memberikan persepsinya.

h. Persepsi konsumen terhadap Kualitas Produk

Berdasarkan hasil jawaban responden yang merasa puas terhadap kualitas produk makanan yang dihasilkan menurut konsumen yang dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Kualitas Produk

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	9	30%
2	Setuju	18	60%
3	Netral	3	10%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	30	100%

Dari hasil kuesioner tersebut, maka para responden yang telah menikmati roti Arsila Bakery memberikan jawaban. Ternyata 18 orang responden atau 60% memberikan nilai 4 yang artinya setuju, kemudian 9 orang responden atau 30% memberikan nilai Sangat setuju yang artinya bahwa mereka merasa sangat puas terhadap kualitas produk roti Arsila Bakery. Dan 3 orang responden atau 10% memberikan nilai 3 yang artinya Netral menanggapi kualitas produk roti Arsila Bakery. Sedangkan pada nilai 2 dan 1 tidak ada responden yang memberikan persepsinya.

D. Hasil Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor indicator dengan skor total. Valid tidaknya butir item pertanyaan variabel dapat dilihat dengan mengkonsultasikan nilai r hitung $>$ r tabel. Dari tabel r (dilihat pada tabel berikut), untuk $df = n - 2$, atau dalam penelitian ini $df = 30 - 2 = 28$ dengan tingkat signifikansi 5% diperoleh angka 0.361. Jika r hasil positif, serta r hasil $>$ r tabel, maka butir item tersebut Valid. Berikut hasil dari uji validitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 19 for windows (dapat Dilihat pada Lampiran) pada tabel dibawah ini:

Matrik
Hasil Uji Validitas Instrumen Data

Variabel	Item	r -hitung	r -tabel	Keterangan
Rasa (X1)	X1.1	0.729	0.361	Valid
Aroma (X2)	X2.1	0.786	0.361	Valid
Lembut (X3)	X3.1	0.743	0.361	Valid
Citra Produk (X4)	X4.1	0.766	0.361	Valid
Harga (X5)	X5.1	0.782	0.361	Valid
Kemasan (X6)	X6.1	0.758	0.361	Valid
Varian Rasa (X7)	X7.1	0.735	0.361	Valid
Persepsi Konsumen (Y)	Y1	0.797	0.361	Valid

Dari hasil uji validitas diatas dapat diketahui bahwa semua angka r hitung berada diatas r tabel yaitu 0.361 yang menunjukkan bahwa semua butir item valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada masing-masing variabel diperoleh dengan mengkonsultasikan nilai r alpha dengan r tabel, apabila r alpha $>$ r tabel, maka dikatakan reliabel dan sebaliknya jika r alpha $<$ r tabel, maka dikatakan tidak reliabel. Dalam hal ini taraf signifikansinya adalah 5% dengan $n = 30$ sehingga $df = n - 2$, $df = 28$, maka didapat r tabel = 0,361. Berikut hasil uji reliabilitas penelitian ini dengan bantuan *SPSS 19 for Windows* (dapat dilihat pada lampiran) pada tabel dibawah ini:

Matrik
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

Variabel	r alpha	r tabel	Keterangan
Enak (X1)	0.801	0,361	Reliabel
Wangi (X2)	0.460	0,361	Reliabel
Lembut (X3)	0.730	0,361	Reliabel
Citra Produk (X4)	0.612	0,361	Reliabel
Harga (X5)	0.503	0,361	Reliabel
Varian Rasa (X6)	0.694	0,361	Reliabel
Kemasan (X7)	0.778	0,361	Reliabel
Persepsi Konsumen (Y)	0.510	0,361	Reliabel

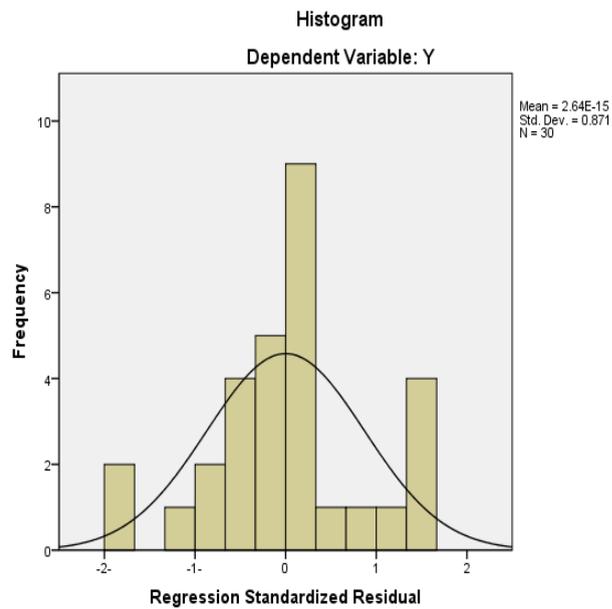
Dari uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa semua angka r *alpha cronbach* (α) berada diatas r tabel yaitu 0.361 yang menunjukkan bahwa semua reliabel.

E. Uji Asumsi Klasik

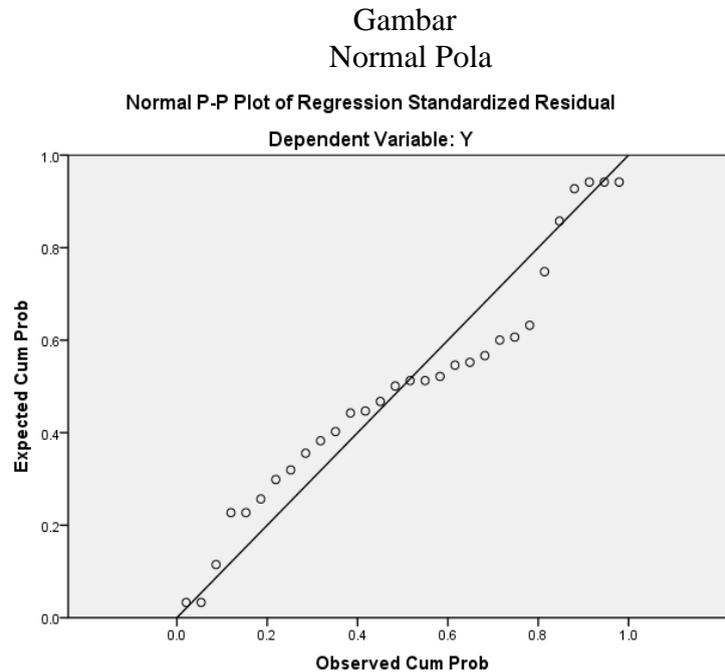
1. Uji Normalitas

Dalam mendeteksi kenormalan data dengan garfik normal P-Plot, titik-titik yang terbentuk harus menyebar di sekitar garis lurus serta arah penyebarannya mengikuti arah garis lurus. Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada gambar berikut:

Gambar
Grafik Histogram



Output Histogram menunjukkan pola distribusi mendekati normal.



Melihat dari histogram menunjukkan bahwa pada grafik tersebut terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah situasi adanya multi kolerasi diantara variabel bebas dengan satu dengan yang lainnya atau dengan kata yang lain diantara variabel-variabel bebas tersebut dengan dibentuk hubungan antar variabel yang satu dengan yang lainnya.

Matrik
Uji Multikolinieritas, Uji koefisien dan Uji t

Coefficients^a

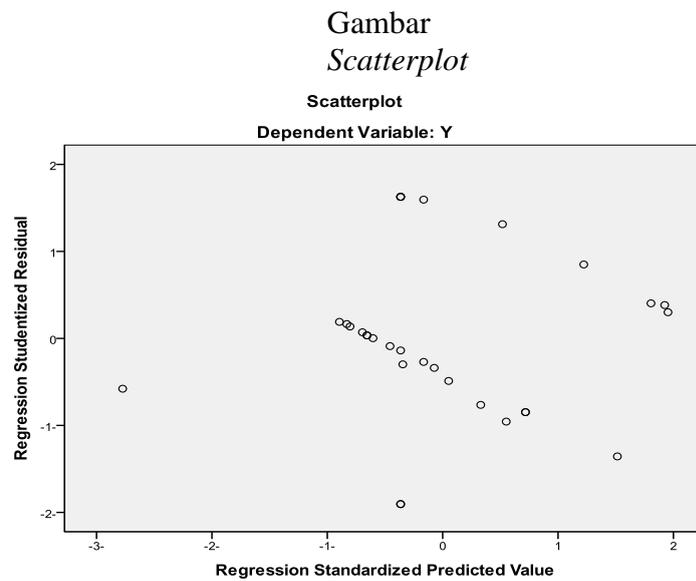
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.469	1.556		1.587	.127		
X_1	.626	.324	.497	1.930	.067	.481	2.078
X_2	.125	.284	.085	.440	.664	.862	1.160
X_3	.146	.301	.125	.486	.632	.484	2.064
X_4	-.231	.377	-.139	-.614	.545	.627	1.594
X_5	-.294	.319	-.217	-.922	.367	.576	1.737
X_6	.097	.206	.103	.471	.643	.665	1.503
X_7	-.066	.247	-.072	-.269	.791	.444	2.253

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan nilai VIF diketahui nilai VIF X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₆, X₇ sebesar 2.078, 1.160, 2.064, 1.594, 1.737, 1.503, 2.253 yang berarti < 10. dengan demikian dapat disimpulkan terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam uji ini regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data cross section memiliki data yang mewakiliberbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS 19:



Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang acak diatas mampu di bawah angka 0 dari sumbu Y dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

4. Uji Linearitas

Matrik

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3.223	7	.460	1.337	.280 ^a
Residual	7.577	22	.344		
Total	10.800	29			

a. Predictors: (Constant), X_7, X_2, X_4, X_6, X_5, X_3, X_1

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada Linearitas sebesar 0,280. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, dan Y tidak terdapat hubungan yang Linear.

5. Uji Autokolerasi

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi kolerasi maka dinamakan ada problem autokolerasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokolerasi. Uji autokolerasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW) dengan tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$ dengan nilai d tabel.

Matrik
Durbin Watson
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.546 ^a	.298	.075	.587	2.780

a. Predictors: (Constant), X_7, X_2, X_4, X_6, X_5, X_3, X_1

b. Dependent Variable: Y

Apabila dilihat tabel Durbin Watson dengan $n=30$, $K=7$ maka diperoleh nilai $dL = 0.926$ dan $dU = 2.034$, sehingga nilai $4-dL$ sebesar $4-0.926 = 3.074$, sedangkan nilai $4-dU$ sebesar $4-2.034 = 1.966$. Pada uji Autokolerasi diatas terlihat bahwa nagka $DW (2.739) > dU (1.966)$, maka kesimpulannya tidak ada autokolerasi.

F. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menguji pengaruh lebih dari satu *independent variabel* (variabel bebas) terhadap *dependent variabel*. Untuk mengetahui pengaruh variabel rasa enak (X_1), Aroma (X_2), kelembutan (X_3), Citra produk (X_4), Harga (X_5), Kemasan (X_6), varian rasa (X_7) terhadap persepsi konsumen Arsila Bakery (Y) digunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Dimana:

Y : Persepsi Konsumen terhadap kualitas produk

a : Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7$: Koefisien Korelasi berganda

X_1 : Enak

X_2 : Wangi

X_3 : Lembut

X_4 : Citra Produk

X_5 : Harga

X_6 : Varian Rasa

X_7 : Kemasan

e : Multiple Regression

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian maka dapat dikatakan perhitungan dengan menggunakan program SPSS 19. Berikut hasil perhitungan regresi linier berganda pada tabel berikut ini:

Matrik
Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.546 ^a	.298	.075	.587

a. Predictors: (Constant), X_7, X_2, X_4, X_6, X_5, X_3, X_1

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa koefisien kolerasi R antara kualitas produk (Enak(X_1), Aroma(X_2), lembut(X_3), Citra(X_4), Harga(X_5), Varian rasa(X_6), kemasan(X_7)) sebesar 0.546 dengan koefisien determinasi R² adalah sebesar 0.298 hal ini berarti 29.8% pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh karateristik kualitas produk. Sedangkan sisanya (100%-29.8% = 70.2%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini.

Koefisien determinasi R² sebesar 0.298 (29.8%) mengandung arti tingkat pengaruh dari karateristik produk terhadap persepsi konsumen di Arsila Bakery Banjarmasin.

Berdasarkan tabel diatas dapat disusun persamaan regresi linier berganda antar variabel bebas (Independent Variabel) dengan variabel terikat (dependent) dengan memasukkan koefisien regresi linier berganda ke dalam bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.469a + 0.626 X_1 + 0.125 X_2 + 0.146 X_3 + (-0.231) X_4 + (-0.294) X_5 + 0.097 X_6 + (-0.066) X_7 + e$$

1) Konstanta

Dari data tebal diatas nilai konstanta yang diperoleh adalah sebesar 2.469. Jika tidak terjadi perubahan nilai dari variabel enak(X_1), aroma (X_2), lembut(X_3), citra(X_4), harga (X_5), varian rasa(X_6), kemasan(X_7), maka nilai persepsi konsumen adalah sebesar 24.69%

2) Enak (X_1)

Dari tabel diatas koefisien regresi X_1 diperoleh sebesar 0.626 dan menunjukkan hubungan yang searah. Nilai 0.626 menunjukkan apabila variabel X_1 sebesar 0.626 maka persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan untuk melakukan pembelian roti Arsila Bakery akan naik 62.6% dengan asumsi variabel yang lain tidak berubah. Dalam hal ini variabel X_1 berkolerasi yang positif terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas produk roti Arsila Bakery Banjarmasin.

3) Aroma (X_2)

Dari tabel diatas koefisien regresi X_2 sebesar 0.125 tanda positif menunjukkan hubungan searah. Artinya 0.125 menunjukkan apabila variabel Aroma maka persepsi konsumen terhadap produk roti dan melakukan pembelian roti Arsila Bakery akan naik 12.5% dengan asumsi variabel yang lain tidak berubah. Dalam hal ini variabel X_2 berkolerasi yang positif terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas produk roti Arsila Bakery Banjarmasin.

4) Lembut (X_3)

Dari tabel diatas koefisien regresi X_3 sebesar 0.146 tanda positif menunjukkan hubungan searah. Artinya 0.146 menunjukkan apabila variabel kelembutan roti maka persepsi konsumen terhadap produk roti dan melakukan pembelian roti Arsila Bakery akan naik 14.6% dengan asumsi varaibel yang lain tidak berubah. Dalam hal ini varaibel X_3 berkolerasi yang positif terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas produk roti Arsila Bakery Banjarmasin.

5) Citra (X_4)

Koefisien regresi X_4 sebesar -0.231 tanda negative menjelaskan bahwa menurut pemahman konsumen ternyata pencitraan akan produk atau image produk yang baik tidak mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk roti Arsila Bakery.

6) Harga (X_5)

Koefisien regresi X_5 sebesar -0.294 tanda negative menjelaskan bahwa menurut pemahaman konsumen ternyata harga yang lebih murah ataupun lebih mahal tidak mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk roti Arsila Bakery.

7) Varian Rasa (X_6)

Dari tabel diatas koefisien regresi X_6 sebesar 0.097 tanda positif menunjukkan hubungan searah. Artinya 0.097 menunjukkan

apabila variabel Varian Rasa yang berbeda-beda pada roti maka persepsi konsumen terhadap produk roti dan melakukan pembelian roti Arsila Bakery akan naik 9.7% dengan asumsi variabel yang lain tidak berubah. Dalam hal ini variabel X_6 berkolerasi yang positif terhadap persepsi konsumen terhadap kualitas produk roti Arsila Bakery Banjarmasin.

8) Kemasan (X_7)

Koefisien regresi X_5 sebesar -0.066 tanda negative menjelaskan bahwa menurut pemahaman konsumen ternyata kemasan yang berbeda dengan produk roti yang lain tidak mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk roti Arsila Bakery.

G. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah data yang diperoleh mendukung atau tidak hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ada dua hipotesis yang telah diajukan dan diuji dengan teknik analisis regresi linier berganda. Berikut disajikan hasil pengujian hipotesis.

1. Pengujian hipotesis secara simulutan (uji f)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas (enak, aroma, lembut, citra, harga, varian rasa, kemasan).

Hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

Ho: Salah satu karakteristik roti (rasa enak, aroma, citra, harga, varian rasa dan kemasan) tidak mempunyai pengaruh secara simultan terhadap persepsi konsumen.

Ha: Salah satu karakteristik roti (rasa enak, aroma, citra, harga, varian rasa dan kemasan) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap persepsi konsumen.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significance* (α) = 0.05

Degree of freedom (df) = (k-1)(n-k)

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

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

Hasil uji F pada output SPSS 19 *for windows* dapat dilihat pada tabel ANOVA. Ho ditolak jika F hitung lebih besar dari F tabel. F tabel dihitung dengan cara $df_1 = k-1$, $df_2 = n-k$, dan $\alpha = 5\%$. “n” adalah jumlah sampel sedangkan “k” adalah jumlah semua variabel. Dengan demikian, dengan $df_1 = 7$ dan $df_2 = 23$, hasil F tabel yang diperoleh adalah 2.53. Ho juga ditolak jika Sig. lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0.05.

Uji f yang dihasilkan SPSS 19 *for windows* dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Matrik
Hasil Uji f

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.223	7	.460	1.337	.280 ^a
	Residual	7.577	22	.344		
	Total	10.800	29			

a. Predictors: (Constant), X_7, X_2, X_4, X_6, X_5, X_3, X_1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 1.337. Nilai tersebut lebih kecil dari nilai F tabel yang sebesar 2.53 dan Sig. diketahui bernilai 0.280 dan nilai tersebut lebih lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0.05. Dengan demikian, dikarenakan nilai F hitung lebih kecil dari F tabel dan nilai Sig. lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan, maka dapat disimpulkan H_0 diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh signifikansi karakteristik roti (rasa enak, aroma, lembut, citra, harga, varian rasa, kemasan) secara simulutan terhadap persepsi konsumen.

2. Pengujian hipotesis secara parsial (uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui akah dalam model regresi masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji t yang dihasilkan SPSS 19 *for windows*.

Hipotesis ini menyatakan bahwa:

Ho: Salah satu karakteristik roti (rasa enak, aroma, citra, harga, varian rasa dan kemasan) tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap persepsi konsumen.

Ha: Salah satu karakteristik roti (rasa enak, aroma, citra, harga, varian rasa dan kemasan) terdapat pengaruh secara parsial terhadap persepsi konsumen.

Dalam uji hipotesis ini digunakan uji t dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Dengan *level of significany* (α) = 0.05

Degree of Freedom (df) = (k-1)(n-k)

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

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

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis secara parsial:

a. Pengujian hipotesis rasa Enak (X_1)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel harga (1.930) nilai $>$ t tabel (1.71), maka Ha diterima dan Ho ditolak. Berarti variabel rasa enak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel persepsi konsumen terhadap kualitas produk Roti Arsila bakery Banjarmasin.

b. Pengujian hipotesis Aroma (X_2)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel aroma (0.440) nilai $<$ tabel (1.71), maka Ha ditolak dan Ho diterima. Berarti variabel aroma tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel

persepsi konsumen terhadap kualitas produk Roti Arsila Bakery Banjarmasin.

c. Pengujian hipotesis Lembut (X_3)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel lembut (0.486) nilai < t tabel (1.71), maka H_a ditolak dan H_o diterima. Berarti variabel lembut tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel persepsi konsumen terhadap kualitas produk Roti Arsila Bakery Banjarmasin.

d. Pengujian hipotesis Citra (X_4)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel citra (-0.614) nilai < t tabel (1.71), maka H_a ditolak dan H_o diterima. Berarti variabel citra atau image produk tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel persepsi konsumen terhadap kualitas produk Roti Arsila bakery Banjarmasin.

e. Pengujian hipotesis Harga (X_5)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel harga (-0.922) nilai < t tabel (1.71), maka H_a ditolak dan H_o diterima. Berarti variabel Harga tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel persepsi konsumen terhadap kualitas produk Roti Arsila Bakery Banjarmasin.

f. Pengujian hipotesis Varian rasa (X_6)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel varian rasa (0.471) nilai < t tabel (1.71), maka H_a ditolak dan H_o diterima. Berarti variabel varian rasa tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel persepsi konsumen terhadap kualitas produk Roti Arsila Bakery Banjarmasin.

g. Pengujian hipotesis Kemasan (X_7)

Berdasarkan hasil regresi diperoleh nilai t hitung variabel kemasan (-0.269) nilai < t tabel (1.71), maka H_a ditolak dan H_o diterima. Berarti variabel kemasan tidak mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel persepsi konsumen terhadap kualitas produk Roti Arsila Bakery Banjarmasin

H. Faktor Dominan yang Berpegaruh

H_o : Diduga tidak ada salah satu karakteristik yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen roti Arsila Bakery Banjarmasin.

H_a : Diduga ada salah satu karakteristik roti yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen roti Arsila Bakery Banjarmasin.

Berdasarkan pada hasil Koefisien regresi variabel rasa enak (X_1) sebesar 2.373, hal ini merupakan nilai tertinggi. Sedangkan koefisien regresi 62.6%. Artinya persepsi konsumen terhadap kualitas produk dominan terhadap rasa enak sebesar 62,6%. Dengan demikian menolak H_o dan menerima H_a .

Adapun untuk nilai signifikan. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel enak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap persepsi konsumen akan kualitas produk roti Arsila Bakery Banjarmasin. Hal ini dapat diartikan jika rasa yang enak meningkat dalam arti bahwa rasa roti Arsila Bakery Banjarmasin memang lezat atau enak sesuai dengan selera konsumen, maka keputusan konsumen dalam melakukan pembelian roti Arsila Bakery akan meningkat.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel aroma yang khas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap persepsi konsumen akan kualitas produk roti Arsila Bakery Banjarmasin. Hal ini dapat diartikan jika aroma yang mempunyai ciri khas meningkat dalam arti bahwa aroma roti Arsila Bakery Banjarmasin memang mempunyai ciri khas sesuai dengan selera konsumen, maka keputusan konsumen dalam melakukan pembelian roti Arsila Bakery akan meningkat.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel tekstur yang lembut mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap persepsi konsumen akan kualitas produk roti Arsila Bakery Banjarmasin. Hal ini dapat diartikan jika tekstur yang lembut meningkat dalam arti bahwa rasa roti Arsila Bakery Banjarmasin memang mempunyai tekstur roti yang lembut dan sesuai dengan selera konsumen,

maka keputusan konsumen dalam melakukan pembelian roti Arsila Bakery akan meningkat.

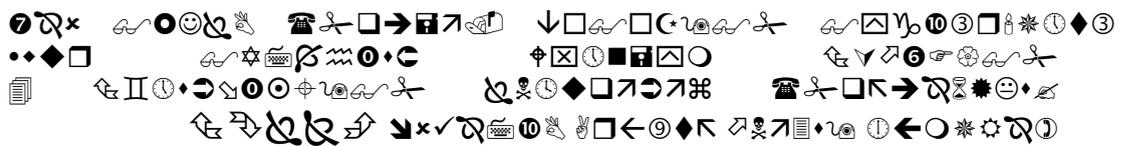
Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel varian rasa yang beragam mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terhadap persepsi konsumen akan kualitas produk roti Arsila Bakery Banjarmasin. Hal ini dapat diartikan jika varian rasa yang beragam meningkat dalam arti bahwa varian rasa roti yang beragam roti Arsila Bakery Banjarmasin memang sesuai dengan selera konsumen, maka keputusan konsumen dalam melakukan pembelian roti Arsila Bakery akan meningkat.

I. Tinjauan Ekonomi Islam

Melihat dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa dari 7 variabel karakteristik roti yang diajukan dalam penelitian ini handa ada 4 variabel yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen dalam melakukan pembelian yaitu rasa yang enak, aroma yang khas, tekstur yang lembut serta varian rasa yang beragam.

Hal ini menunjukkan bahwa dalam memilih makanan berupa roti para konsumen Arsila Bakery Banjarmasin yang meliputi rasa yang enak, aroma yang khas, tekstur yang lembut dan varian rasa yang beragam merupakan hal yang penting sehingga mempengaruhi persepsi dan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk roti Arsila. Kemudian jika dilihat dari variabel karakteristik dalam persepsi konsumen dalam melakukan pembelian sebagai berikut:

Variabel rasa enak, aroma yang khas, tekstur yang lembut serta varian rasa yang beragam dari hasil analisis regresi menunjukkan bahwa rasa enak, aroma yang khas, tekstur yang lembut serta varian rasa yang beragam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi konsumen dalam melakukan pembelian roti Arsila Bakery Banjarmasin sebesar variabel rasa enak 0.626 atau 62.6%, variabel aroma yang khas sebesar 0.125 atau 12,5%, variabel tekstur yang lembut 0.146 atau 14.6%, variabel varian rasa yang beragam 0.097 atau 9.7% berpengaruhnya rasa enak, aroma yang khas, tekstur yang lembut, varian rasayang beragam terhadap persepsi konsumen dalam melakukan pembelian roti Arsila Bakery Banjarmasin selain memperhatikan rasa yang enak, aroma yang khas, tekstur yang lembut dan varian rasa yang beragam maka konsumen juga harus memperhatikan kehalalan makanan yang di konsumsinya. Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168.



Artinya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Adapun hadits yang dijelaskan oleh Bukhari dan muslim.

..... إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُّشْتَبِهَاتٌ

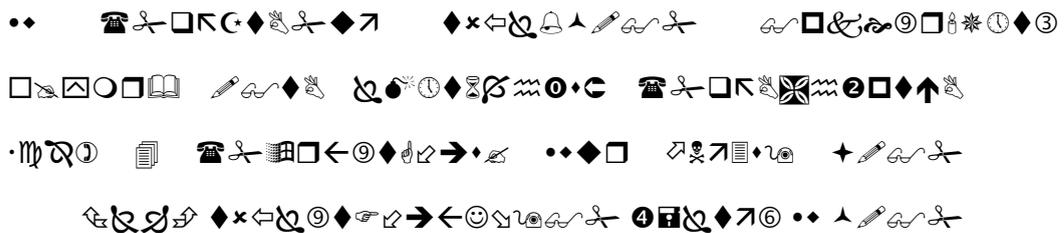
Artinya

“Sesungguhnya yang halal itu sudah jelas dan yang haram itu sudah jelas pula, serta diantara keduanya terdapat perkara-perkara yang syubhat.

Maksud hadits diatas ialah yang mana apa-apa yang sudah dijelaskan keharaman dan kehalalan yang telah ditentukan oleh Allah maka janganlah sekali-kali merubahnya. Merubah yang haram menjadi halal.

Bukan hanya aspek halal haram saja yang menjadi batasan konsumsi dalam syariah Islam. Termasuk pola aspek yang mesti diperhatikan adalah yang baik, yang cocok yang bersih dan yang tidak menjijikan. Karena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh konsumsi untuk semua keadaan. Syariah sendiri menganjurkan untuk memilih komoditi yang bersih dan bermanfaat dai semua komoditi yang diperbolehkan. Kemudian yang termasuk batasan konsumsi dalam syariah adalah pelarangan *isrâf* atau berlebih-lebihan. Perilaku *isrâf* diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Namun demikian, Islam tetap membolehkan seorang muslim untuk menikmati karunia kehidupan, selama itu masih dalam batas kewajaran. Dalam al-Qur’an surat Al-A’râf ayat 31 dikatakan:

“Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.
Selanjutnya difirmankan dalam Al-Qur’an surat Al-Mâidah ayat 87:



Artinya:

“*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.*⁵⁷”

Bila kebutuhan hidup ini dipenuhi dengan cara berlebih-lebihan, tentukan menimbulkan efek buruk pada diri manusia tersebut. banyak sekali efek buruk yang ditimbulkan karena *israf*, diantaranya adalah inefisiensi pemanfaatan sumber daya, egoisme, *self-interest*, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri.

Adapun konsep dalam penjualan produk roti yang dipakai oleh toko roti Arsila Bakery Banjarmasin memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih roti yang sesuai dengan yang mereka inginkan.

Hal itu sesuai dengan hadits yang berbunyi:

أَبْنُ عُمَرَ، عَنِ رَسُولِ اللَّهِ، أَنَّهُ قَالَ: إِذَا تَبَايَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا، وَكَأَنَّا جَمِيعًا؛ أَوْ يُخَيَّرُ أَحَدُهُمَا إِلَّا خَرَفْتَابَا يَبَا عِلَّ ذَٰلِكَ فَقَدْ وَجِبَ الْبَيْعُ، وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ يَتَبَايَعَا وَلَمْ يَنْزُكْ وَاحِدٌ مِنْهُمَا الْبَيْعَ فَقَدْ وَجِبَ الْبَيْعُ. (أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ فِي: ٤٠٤ ٣ ٤٠: بَابُ إِذَا خَيْرَ أَحَدٍ هَمَاصًا حَبَهُ بَعْدَ الْبَيْعِ فَقَدْ وَجِبَ الْبَيْعُ)

Artinya:

*Dari Umar, dari Rasulullah Saw., bahwasanya beliau bersabda: “Bila dua orang mengadakan transaksi, maka masing-masing berhak untuk memilih selama keduanya belum berpisah, disetujui oleh keduanya atau yang satu memberikan kebebasan pada yang lain kemudian keduanya menetapkan sesuatu maka selesailah jual-beli menurut ketentuan tersebut, bilamana keduanya berpisah setelah akad jual-beli dan masing-masing tidak membatalkan penjualannya maka wajib terjadinya transaksi” (Bukhari-Muslim).*⁵⁸

⁵⁷ Muhammad Muflih, M.A., *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam*. Op.Cit. h. 11-13

⁵⁸ Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Al Lu'lu wal Marjan (Shahih Bukhari-Muslim)*, penterjemah Sholeh Bahannan, Lc. dan Ghafur Saub, Lc. cet-1, (Jakarta:Pustaka as-Sunnah 2008), h.786-787.

