

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia belakangan ini semakin kompleks, ditandai dengan semakin meningkatnya kesadaran konsumen di dalam memilih produk yang bukan hanya mempunyai kualitas tinggi, namun mempunyai kesesuaian pada nilai-nilai yang dianut, termasuk nilai-nilai keagamaan.

Di tengah meningkatnya semangat ekonomi syariah, konsumen muslim cenderung lebih selektif di dalam menentukan produk yang akan dipilih, bukan hanya dari sisi harga dan kualitas, namun diikuti dari segi kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah. Hal tersebut bisa menjadi peluang maupun tantangan tersendiri untuk para pebisnis, khususnya di kawasan-kawasan lokal seperti Lapangan Dwi Warna, Kota Barabai.

Masyarakat Barabai yang mayoritas beragama Islam (Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, 2025), menjadikan nilai-nilai syariah sebagai salah satu landasan penting dalam aktivitas ekonomi, termasuk dalam pemilihan produk dan interaksi jual beli. Oleh karena itu, aspek kehalalan, kejujuran, keadilan harga, serta kesesuaian dengan prinsip syariah mempunyai peran besar dalam keputusan konsumsi masyarakat.

Salah satu pusat aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat Barabai yaitu Lapangan Dwi Warna, yang terletak tepat di jantung kota. Pada laporan (Soraya, 2025) kawasan ini tidak hanya menjadi tempat jual beli, tetapi

sudah berkembang menjadi ruang publik multifungsi yang menjadi magnet bagi warga.

Lapangan Dwi Warna sendiri sudah mengalami revitalisasi besar pada awal tahun 2024 melalui program renovasi senilai Rp. 4,3 miliar. Revitalisasi ini meliputi perbaikan trotoar, penambahan fasilitas umum, penerangan, dan ruang-ruang terbuka, sehingga kawasan ini tidak hanya menjadi ruang rekreasi publik tetapi juga pusat kegiatan ekonomi yang semakin ramai dikunjungi masyarakat. Beragam pedagang kaki lima dan pelaku UMKM memanfaatkan kawasan ini untuk menjajakan produk, khususnya makanan, minuman, dan aneka kebutuhan sehari-hari.

Pada pagi hari, masyarakat memanfaatkan area ini untuk berolahraga seperti jogging, bersepeda, dan jalan pagi. Pada hari Minggu, kegiatan *Car Free Day* juga rutin dilaksanakan, disertai aktivitas seperti jalan sehat dan senam bersama.

Pada sore hingga malam hari, Lapangan Dwi Warna berubah menjadi pusat ekonomi rakyat. Kawasan ini dipadati oleh berbagai pedagang kaki lima dan UMKM yang menjual beragam produk. Aneka makanan dan minuman ditawarkan, mulai dari jajanan modern seperti bakso, sate, burger, kebab, aneka sosis bakar dan pentol, minuman kekinian seperti *thai tea* dan kopi, hingga makanan berat seperti nasi goreng dan mie ayam.

Di samping produk kuliner, ada pula arena bermain anak-anak, wahana sederhana untuk keluarga, tempat duduk untuk bersantai, serta area rekreasi yang membuat lapangan ini semakin ramai dikunjungi.

Kondisi ini menunjukkan bahwa Lapangan Dwi Warna bukan hanya sekadar pusat kuliner, tetapi merupakan ruang sosial masyarakat. Perpaduan antara kegiatan ekonomi, interaksi sosial, dan rekreasi menjadikannya tempat yang strategis untuk memperlihatkan bagaimana preferensi konsumen terbentuk. Karena mayoritas penduduk Barabai yaitu Muslim, preferensi konsumsi mereka tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk dari sisi rasa dan tampilan, tetapi juga oleh keyakinan dan pemahaman terhadap nilai-nilai syariah.

Dengan meningkatnya aktivitas perdagangan dan kesadaran masyarakat akan nilai keislaman, penting untuk menganalisis lebih jauh bagaimana kualitas produk yang ditawarkan para pedagang serta pemahaman konsumen terhadap prinsip-prinsip syariah bisa memengaruhi preferensi pembelian mereka. Apakah konsumen lebih memilih produk karena faktor kehalalan dan keadilan dalam harga, atau lebih mempertimbangkan kualitas tampilan, bahan, dan daya tahan produk?

Kualitas Produk (*Product Quality*) merupakan kemampuan sebuah produk dalam menjalankan berbagai aspek yang mencakup, ketahanan, keakuratan, kemudahan pengoperasian dan pemeliharaan, juga atribut-atribut berharga lainnya. Demi peningkatan kualitas produk, perusahaan perlu mengembangkan program “*Total Quality Management (TQM)*”.

Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen yaitu kualitas produk dan jasa yang tertinggi. Kualitas merupakan keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh

pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diberi pernyataan atau tersirat. (Daga, 2019)

Prinsip-prinsip ekonomi Islam secara garis besar memberi pelajaran mengenai harta yang tidak bisa jadi ukuran tujuan hidup di dunia, melainkan harta hanya sekadar sebagai alat bantu ataupun sarana dalam menjalankan ibadah di jalan Allah SWT. Masih banyak prinsip-prinsip dasar lainnya yang ada di perekonomian Islam. Dalam buku *Ekonomi Islam: Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional* karya (Eko Suprayitno 2005), diterangkan dengan jelas prinsip-prinsip ekonomi Islam, yaitu:

1. Sumber daya dinilai sebagai suatu titipan yang dianugerahkan Allah untuk manusia, dengan demikian segala bentuk pemanfaatannya mesti bisa dimintai pertanggungjawaban di akhirat kelak. Hal ini berarti manusia diharuskan mempergunakan sumber daya untuk aktivitas yang memberi manfaat, baik bagi mereka sendiri maupun bagi orang lain.
2. Bekerja menjadi pendorong utama yang menggerakkan kegiatan ekonomi Islam. Islam mendorong manusia agar dapat bekerja dan berusaha di dalam memperoleh materi melalui beragam cara, selama masih memenuhi aturan-aturan yang sudah digariskan oleh Islam.
3. Islam memberi jaminan kebebasan perorangan. Akan tetapi, kebebasan yang diberikan harus tidak bertentangan dengan aturan-aturan yang sudah digariskan oleh Allah SWT.

4. Seorang muslim harus berserah diri kepada Allah SWT. Hal tersebut bertujuan supaya seorang muslim bisa menghindarkan dirinya dari berbagai hal yang berkaitan dengan sifat buruk.
5. Islam melarang segala macam jenis riba.
6. Islam memperbolehkan negara di dalam mengendalikan permasalahan ekonomi. (Husain Insawan, Adzil Arsyi Sabana, 2021)

Dalam konteks ini, pemilihan variabel Pemahaman Prinsip Syariah menjadi sangat relevan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa nilai-nilai syariah seperti kehalalan, kejujuran, keterbukaan informasi, serta keadilan dalam transaksi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Di Lapangan Dwi Warna sendiri ada beragam pedagang UMKM dengan latar belakang dan praktik usaha yang berbeda-beda, sehingga penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan perdagangan dapat bervariasi.

Meskipun mayoritas masyarakat Barabai beragama Islam, tingkatan pemahaman konsumen terhadap prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas konsumsi tidak selalu sama. Sebagian konsumen menjadikan aspek kehalalan produk, kejujuran penjual, keterbukaan informasi, dan kesesuaian transaksi dengan syariat Islam sebagai pertimbangan utama di dalam melakukan pembelian.

Namun, ada pula konsumen yang lebih mengutamakan faktor harga, rasa, lokasi penjualan, maupun kebiasaan konsumsi tanpa

mempertimbangkan aspek syariah secara mendalam. Perbedaan tingkatan pemahaman tersebut bisa menimbulkan perbedaan preferensi di dalam memilih produk yang akan dibeli. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana pemahaman prinsip syariah bisa memengaruhi preferensi konsumen pada penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai.

Preferensi konsumen merupakan pilihan atau kecenderungan individu maupun golongan pada sebuah produk dan layanan yang lebih disukai dari pilihan-pilihan lain yang mencerminkan tingkatan keinginan atau kesukaan terhadap atribut tertentu dari produk atau layanan, seperti kualitas, harga, merek, atau fitur lainnya.

Preferensi konsumen bisa dipahami sebagai hasil dari evaluasi dan penilaian yang dilakukan oleh konsumen terhadap berbagai faktor yang memberi pengaruh keputusan pembelian mereka. Sumber preferensi konsumen dapat berasal dari berbagai faktor, termasuk pengalaman sebelumnya, nilai-nilai personal, persepsi merek, dan faktor eksternal lainnya. Pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen pada dasarnya merupakan faktor terpenting yang harus diperhatikan oleh perusahaan di dalam merencanakan strategi-strategi penjualan yang tepat, memenuhi, kebutuhan pasar, dan meningkatkan kepuasan konsumen. (Ira Ningrum Resmawa, 2020)

Permasalahan utama yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu belum seragamnya kualitas produk yang ditawarkan para pedagang di Lapangan Dwi Warna serta beragamnya tingkatan pemahaman pedagang terhadap prinsip syariah, sementara konsumen mayoritas yaitu Muslim yang menjadikan kedua aspek tersebut sebagai dasar preferensi mereka di dalam memilih produk. Situasi ini menimbulkan kesenjangan antara harapan konsumen dan praktik pedagang, sehingga preferensi konsumen dapat berubah-ubah dan tidak stabil.

Fenomena rendahnya pemahaman prinsip syariah di kalangan pedagang kecil dan UMKM bukan hanya terjadi di Barabai, melainkan merupakan permasalahan yang cukup umum dijumpai di berbagai daerah di Indonesia. Banyak pedagang yang belum sepenuhnya memahami dan menerapkan nilai-nilai syariah dalam kegiatan jual belinya, seperti kejujuran di dalam menyampaikan informasi produk, keadilan di dalam menetapkan harga, kejelasan akad transaksi, serta jaminan kehalalan produk yang dijual. Padahal, bagi konsumen Muslim, aspek-aspek tersebut bukan sekadar formalitas, melainkan bagian dari keyakinan dan tanggung jawab religius yang memengaruhi keputusan konsumsi mereka secara langsung.

Di sisi lain, kualitas produk yang tidak konsisten juga menjadi permasalahan tersendiri. Tidak sedikit pedagang di kawasan Lapangan Dwi Warna yang menawarkan produk dengan kualitas yang bervariasi, baik dari segi bahan baku, tampilan, maupun keandalan produk. Kondisi ini membuat

konsumen sulit untuk menentukan pilihan secara konsisten, sehingga preferensi mereka pun menjadi tidak stabil.

Ketika kualitas produk rendah dan pemahaman prinsip syariah pedagang juga terbatas, kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual akan ikut menurun, yang pada akhirnya berdampak pada preferensi konsumen di dalam memilih produk.

Permasalahan tersebut sejalan langsung dengan judul penelitian ini, yaitu “*Analisis Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah terhadap Preferensi Konsumen di Kawasan Lapangan Dwi Warna Barabai.*” Judul ini menegaskan jika ada dua faktor yang diduga kuat memengaruhi pilihan konsumen di kawasan tersebut, yakni Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah.

Dengan demikian, pemilihan variabel Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah didasarkan pada kondisi nyata dan kebutuhan masyarakat Barabai. Kedua variabel ini menjadi faktor penting yang berpotensi memengaruhi Preferensi Konsumen terhadap produk yang dijual di Lapangan Dwi Warna.

Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif umumnya berupa pendekatan ilmiah dengan mengandalkan pengambilan data berbentuk angka ataupun data kuantitatif. Pada kondisi ini, diperlukan penguasaan lebih dalam tentang metode ini. Metode penelitian kuantitatif menyajikan kerangka analisis dalam bentuk sistematis sehingga memudahkan peneliti dalam pengukuran yang akurat, mengamati fenomena

dengan seksama, dan menelaah data dengan pendekatan kuantitatif secara tertata. (Yusri, 2020)

Peneliti belum banyak menemui penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan antara kualitas produk dan pemahaman prinsip syariah terhadap preferensi konsumen, khususnya di lingkungan pedagang kecil seperti di kawasan Lapangan Dwi Warna Barabai. Dalam konteks lokal ini, keberadaan nilai-nilai religius masyarakat Barabai yang kuat menjadi faktor penting yang patut dipertimbangkan dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk memberi pemahaman lebih di dalam mengenai sejauh mana kualitas produk dan pemahaman prinsip syariah memengaruhi preferensi konsumen di dalam memilih produk, serta memberi masukan strategis bagi para pelaku usaha di Barabai di dalam menyusun pendekatan yang lebih sesuai pada nilai-nilai masyarakat.

Penelitian ini difokuskan pada Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah karena kedua variabel tersebut paling relevan dengan fenomena yang ditemukan di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Adapun variabel lain, seperti harga, promosi, lokasi tidak dibahas agar penelitian lebih terfokus sesuai tujuan penelitian.

B. Rumusan Masalah

Pada latar belakang yang sudah diutarakan di awal, dalam penelitian ini akan dikaji beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah berpengaruh secara simultan terhadap Preferensi Konsumen di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Preferensi Konsumen di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai?
3. Apakah Pemahaman Prinsip Syariah berpengaruh secara parsial terhadap Preferensi Konsumen di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai?

C. Tujuan Penelitian

Pada latar belakang dan perumusan masalah, berikut tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah secara simultan terhadap Preferensi Konsumen di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Preferensi Konsumen di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai.
3. Untuk menganalisis pengaruh Pemahaman Prinsip Syariah secara parsial terhadap Preferensi Konsumen di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai.

D. Signifikansi Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diperkirakan akan memberi sejumlah manfaat dalam pengembangan ilmu pemasaran dan ekonomi syariah, terutama yang berhubungan pada perilaku konsumen Muslim di dalam memilih produk. Kajian mengenai kualitas produk memang sudah banyak dibahas, tetapi belum banyak yang mengaitkannya langsung dengan pemahaman prinsip syariah sebagai faktor yang memengaruhi preferensi konsumen.

Penelitian ini juga ditujukan guna bisa memperkuat literatur di ranah pemasaran berbasis nilai Islam, yang selama ini masih belum terlalu banyak dikaji dalam konteks lokal seperti di Barabai. Dengan demikian, hasil penelitian ini bisa dijadikan rujukan bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti yang tertarik dengan topik serupa.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi pelaku usaha di kawasan Lapangan Dwi Warna

Penelitian ini bisa dijadikan panduan bagi peningkatan kualitas produk sekaligus memperhatikan aspek-aspek syariah dalam berjualan, agar lebih dipercaya oleh konsumen.

b. Bagi konsumen

Hasil penelitian ini bisa dijadikan tambahan perbandingan saat memilih produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga dapat berbelanja dengan lebih bijak.

c. Bagi pemerintah daerah dan instansi pembina UMKM

Hasil penelitian ini bisa dijadikan sumber untuk merancang program pembinaan, pelatihan, atau regulasi yang mendukung pengembangan usaha kecil berbasis syariah.

d. Bagi akademisi dan mahasiswa

Penelitian ini bisa dijadikan materi rujukan atau inspirasi di dalam menyusun tugas akhir atau kajian ilmiah lainnya yang membahas preferensi konsumen, pemasaran Islami, atau ekonomi mikro syariah.

E. Definisi Operasional

Kualitas produk dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi konsumen terhadap seberapa baik suatu produk bisa memenuhi ekspektasi dan kebutuhannya, yang mencakup bahan baku yang dipakai, daya tahan produk, tampilan atau kemasan produk, serta keandalannya dalam penggunaan.

Sementara itu, pemahaman prinsip syariah dipahami sebagai sejauh mana konsumen memahami dan mempertimbangkan nilai-nilai Islam seperti kehalalan produk, keadilan dalam penetapan harga, transparansi informasi, dan kesesuaian akad dalam transaksi saat membuat keputusan pembelian. Adapun preferensi konsumen yaitu kecenderungan individu di dalam memilih produk pada tingkatan kepercayaan, keyakinan, kenyamanan, dan persepsi kualitas terhadap produk, khususnya dalam konteks yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Harmon Chaniago (2020), judul penelitian ini mengenai “Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano

Store”. Kualitas produk adalah kesatuan dari semua aspek dan sifat-sifat produk, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, yang memberi pengaruh kesesuaiannya dalam pemenuhan kebutuhan konsumen, baik yang diungkapkan secara eksplisit maupun implisit. Kualitas layanan pada dasarnya merupakan penilaian konsumen terhadap keandalan dan keunggulan layanan secara keseluruhan.

Konsumen umumnya melakukan perbandingan antara apa yang mereka terima dengan apa yang mereka keluarkan. Harga merupakan jumlah uang dan/atau barang yang harus dibayarkan untuk memperoleh gabungan barang beserta penyediaan layanan. Persamaan penelitian ini ada pada variabel Kualitas Produk. Perbedaannya ada pada variabel yang diteliti oleh Harmon Chaniago, yang lebih juga menekankan variabel kualitas pelayanan dan harga, sedangkan penulis menambahkan Pemahaman Prinsip Syariah, serta menggunakan objek penjual di kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai.

2. Sonia Aprilia Saputri, Ivo Novitaningtyas (2022), judul penelitian ini mengenai “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan *Review Beauty Vlogger* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik”. Kualitas produk merupakan totalitas fitur juga karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang diberi pernyataan atau tidak diberi pernyataan. (Kotler & Keller, 2009) Kualitas produk muncul ketika konsumen melakukan pencarian informasi mengenai suatu produk saat hendak memakainya.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang bisa memberi pengaruh terhadap pengambilan keputusan membeli. Jika produk memenuhi ekspektasi dan keinginan konsumen, ada kemungkinan besar konsumen akan memutuskan untuk membeli. Persamaan penelitian ini ada pada variabel Kualitas Produk. Penulis dan peneliti terdahulu sama-sama meneliti variabel Kualitas Produk. Perbedaannya ada pada variabel X2 dan Y, peneliti terdahulu juga menekankan variabel *Review Beauty Vlogger* terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan penulis menambahkan Pemahaman Prinsip Syariah, serta menggunakan objek penjual di kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai.

3. Tri Ulfyana (2022), judul penelitian ini mengenai “Analisis Penerapan dan Pemahaman Prinsip Bisnis Syariah Bagi UMKM di Kota Baubau”. Islam melalui Rasulullah, mengajarkan bagaimana bisnis seharusnya dilakukan. Mulai dari etika berbisnis sampai penggunaan harta yang diperoleh. Hal yang menjadi masalah dalam ekonomi Islam yaitu berbagai praktek ekonomi di kalangan masyarakat Islam yang tidak sesuai pada nilai-nilai syariah. Sebagai contoh, menipu dan merugikan orang lain dalam perdagangan, meskipun hal ini dilarang. Hal ini sangat penting bagi keberlangsungan bisnis karena bisa jadi keberhasilan suatu bisnis tergantung pada etika pelaku bisnis.

Persamaan penelitian ini ada pada variabel pemahaman prinsip syariah. Perbedaannya ada pada variabel X1 dan objeknya. Peneliti terdahulu juga menekankan variabel penerapan prinsip syariah, sedangkan penulis

menambahkan Kualitas Produk, serta menggunakan objek Penjual di kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai.

4. Vania Katherine Hermawan, Eristia Lidia Paramita 2020), judul penelitian ini mengenai “*Trust dan Perceived Usefulness dan Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen di dalam Menggunakan E-wallet*”. Pertumbuhan dompet digital tak terlepas dari berbagai penawaran promosi, seperti diskon dan cashback. Berkat promosi-promosi ini, ketertarikan masyarakat penggunaan dompet digital pun meningkat. Meningkatnya minat penggunaan dompet digital didorong oleh daya tarik promosi dompet digital yang tinggi.

Menurut Assael (1995), preferensi konsumen artinya kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Sedangkan menurut Bua’a (2015) Preferensi terbentuk pada cara berpikir yang didasarkan pada pengalaman terdahulu konsumen. Hal ini berarti ketika konsumen merasa jika suatu produk cocok dan memuaskan, mereka akan terus menggunakannya. Persepsi yang sudah mengakar dan menjadi bagian dari pemikiran akan berubah menjadi preferensi. Persamaan penelitian ini ada pada variabel preferensi konsumen. Perbedaannya ada pada variabel X1 dan X2, yang juga menekankan variabel *Trust* dan *Perceived Usefulness*, sedangkan penulis menambahkan Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah, serta menggunakan objek Penjual di kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai.

5. Septian Davis Permana, Jojok Dwiridotjahjono (2023), judul penelitian ini mengenai “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Preferensi Konsumen di dalam menggunakan Aplikasi Gojek. Ketika konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan produk, mereka akan membelinya yang terbaik bagi kepentingan mereka, memperhatikan harga yang terjangkau dan bersaing. Selain itu, penawaran harga khusus biasanya memikat konsumen agar membelinya dalam kuantitas terbesar. Apabila konsumen bisa mendapatkan produk dengan harga yang tepat bagi mereka, akan timbul rasa kepuasan. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap harga meliputi konsistensi harga dengan yang diinformasikan, terjangkaunya harga, keseimbangan harga pada nilai produk, keunggulan produk, dan terakhir, harga yang kompetitif. Persamaan penelitian ini ada pada variabel preferensi konsumen. Perbedaannya ada pada variabel X, yaitu Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Harga, sedangkan penulis menambahkan Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah, serta menggunakan objek Penjual di kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan memberi gambaran yang terarah mengenai penelitian ini, penulis menyusun sistematika penulisan skripsi ke dalam lima bab sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang berisi uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian penelitian terdahulu, serta sistematika penulisan.

Bab II berisi kajian teori yang membahas teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, kerangka pikir dan hipotesis penelitian.

Bab III membahas metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta tahapan penelitian.

Bab IV berisi hasil penelitian dan pembahasan yang memaparkan gambaran umum lokasi penelitian, karakteristik responden, hasil uji instrumen penelitian, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

Bab V merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan serta saran-saran yang diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi pihak terkait maupun penelitian selanjutnya.