

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lapangan Dwi Warna Barabai di Kabupaten Hulu Sungai Tengah (HST) merupakan contoh nyata dari ruang publik yang mempunyai kompleksitas fungsi tersebut. Terletak di jantung Kelurahan Barabai Selatan, lapangan ini berfungsi sebagai magnet sosial bagi warga Barabai untuk melakukan aktivitas olahraga, rekreasi, hingga interaksi komunitas.

Secara geografis, lokasi ini sangat strategis karena dikelilingi oleh pusat-pusat kekuasaan dan pelayanan publik, seperti Kantor Pemerintah Daerah, Gedung DPRD, Kediaman Bupati, hingga institusi perbankan. Posisi sentral ini menjadikan Lapangan Dwi Warna bukan hanya sekadar area terbuka hijau, melainkan simbol identitas kota dan pusat keramaian yang mempunyai nilai ekonomi tinggi, terutama pada akhir pekan dan sore hari.

Interaksi sosial di Lapangan Dwi Warna mencapai puncaknya pada hari Minggu pagi dan setiap sore hari, di manakawasan tersebut bertransformasi menjadi pusat wisata kuliner dan *street food*. Berbagai jenis hidangan, mulai dari makanan ringan hingga hidangan berat seperti bakso dan nasi goreng, ditawarkan oleh para PKL yang memanfaatkan trotoar jalan sebagai lokasi strategis. (Ridha et al., 2026)

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan Lapangan Dwi Warna yang berada di Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Kawasan ini merupakan salah satu tempat yang ramai dikunjungi masyarakat dan sering dimanfaatkan sebagai tempat berolahraga, bersantai, serta berkumpul bersama keluarga maupun teman. Selain itu, Kawasan Lapangan Dwi Warna juga menjadi salah satu pusat kegiatan ekonomi masyarakat, karena di sekitar area tersebut ada berbagai pedagang yang menjual makanan, minuman, dan kebutuhan lainnya.

Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian karena mempunyai aktivitas jual beli yang cukup tinggi dan dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Banyaknya pedagang yang berjualan di kawasan tersebut menimbulkan persaingan usaha, sehingga kualitas produk yang ditawarkan serta pemahaman terhadap prinsip syariah menjadi hal yang penting di dalam menarik preferensi konsumen.

2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai. Jumlah responden yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 96 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan pada jenis kelamin, usia, pekerjaan, Pendidikan terakhir, dan frekuensi kunjungan. Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 09 Februari sampai 08 April 2026. Kemudian, hasil jawaban kuesioner dirangkum dan dianalisis dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 23.

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Pada Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen	Valid Persen
Laki-Laki	31	32,3%	32,3%
Perempuan	65	67,7%	67,7%
Total	96	100,0%	100,0%

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 11 Mei 2026

Pada tabel di atas bisa diketahui jika responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 31 orang, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 65 orang. Dengan demikian bisa disimpulkan jika mayoritas responden dalam penelitian ini didominasi oleh Perempuan yaitu sebanyak 65 orang.

b. Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Pada Usia

Usia	Frekuensi	Persen	Valid Persen
< 20 tahun	32	33,3%	33,3%
20-29 tahun	53	55,2%	55,2%
30-39 tahun	7	7,3%	7,3%
> 40 tahun	4	4,2%	4,2%

Total	96	100,0%	100,0
-------	----	--------	-------

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 11 Mei 2026

Pada tabel di atas bisa diketahui jika responden terbanyak berada pada kategori usia 20-29 tahun sebanyak 53 orang atau 55,2%. Sedangkan jumlah responden paling sedikit berada pada kategori usia > 40 tahun sebanyak 4 orang atau 4,2%. Maka bisa ditarik kesimpulan jika kebanyakan responden berusia 20-29 tahun.

c. Pekerjaan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Pada Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persen	Valid Persen
Pelajar/Mahasiswa	60	62,5%	62,5%
PNS	5	5,2%	5,2%
Karyawan Swasta	16	16,7%	16,7%
Wiraswasta/UMKM	8	8,3%	8,3%
Lainnya	7	7,3%	7,3%
Total	96	100,0%	100,0%

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 11 Mei 2026

Pada tabel di atas bisa diketahui jika responden paling banyak berada pada kategori pekerjaan pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 60 orang atau 62,5%. Sedangkan responden paling sedikit berada pada kategori pekerjaan PNS yaitu sebanyak 5 orang atau 5,2%. Maka dari

itu, bisa ditarik kesimpulan jika kebanyakan responden mempunyai pekerjaan pelajar/mahasiswa.

d. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Pada Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persen	Valid Persen
SMP/Sederajat	10	10,4%	10,4%
SMA/SMK/Sederajat	45	46,9%	46,9%
Diploma/S1	40	41,7%	41,7%
S2 ke atas	1	1,0%	1,0%
Total	96	100,0%	100,0%

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 11 Mei 2026

Pada tabel di atas bisa diketahui jika mayoritas responden mempunyai pendidikan terakhir pada kategori SMA/SMK/Sederajat sebanyak 45 orang atau 46,9%. Sedangkan jumlah responden paling sedikit berada pada kategori S2 ke atas sebanyak 1 orang atau 1,0%. Maka dari itu bisa ditarik kesimpulan jika kebanyakan pendidikan akhir responden yaitu SMA/SMK/Sederajat.

e. Frekuensi Kunjungan

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Pada Frekuensi Kunjungan

Frekuensi Kunjungan	Frekuensi	Persen	Valid Persen
Setiap hari	3	3,1%	3,1%

Beberapa kali seminggu	31	32,3%	32,3%
Seminggu sekali	30	31,3%	31,3%
Beberapa kali sebulan	15	15,6%	15,6%
Jarang	17	17,7%	17,7%
Total	96	100,0%	100,0%

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 11 Mei 2026

Pada tabel di atas bisa diketahui jika responden paling banyak berada pada kategori frekuensi kunjungan beberapa kali seminggu yaitu sebanyak 31 orang atau 32,3%. Sedangkan responden paling sedikit berada pada kategori setiap hari yaitu sebanyak 3 orang atau 3,1%. Maka kesimpulan yang di dapat yaitu frekuensi kunjungan responden kebanyakan beberapa kali seminggu.

3. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan dalam kuesioner bisa mengukur variabel yang diteliti. Pengujian dilakukan dengan memberi pembandingan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Pada penelitian ini, peneliti menentukan taraf signifikan sebesar 0,05. Jumlah sampel sebanyak $(n) = 96$, sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,200. Suatu item diberi pernyataan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	X1.1	0,760	0,200	Valid
	X1.2	0,738	0,200	Valid
	X1.3	0,737	0,200	Valid
	X1.4	0,768	0,200	Valid
	X1.5	0,754	0,200	Valid
	X1.6	0,690	0,200	Valid
	X1.7	0,735	0,200	Valid
	X1.8	0,749	0,200	Valid
Pemahaman Prinsip Syariah (X ₂)	X2.1	0,772	0,200	Valid
	X2.2	0,682	0,200	Valid
	X2.3	0,754	0,200	Valid
	X2.4	0,778	0,200	Valid
	X2.5	0,758	0,200	Valid
	X2.6	0,765	0,200	Valid
	X2.7	0,746	0,200	Valid
	X2.8	0,724	0,200	Valid
	Y.1	0,773	0,200	Valid

Preferensi Konsumen (Y)	Y.2	0,783	0,200	Valid
	Y.3	0,698	0,200	Valid
	Y.4	0,723	0,200	Valid
	Y.5	0,759	0,200	Valid
	Y.6	0,742	0,200	Valid
	Y.7	0,755	0,200	Valid
	Y.8	0,733	0,200	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 11 Mei 2026

Pada hasil pengujian validitas bisa diketahui jika seluruh item pernyataan mempunyai nilai rhitung lebih besar dari rtabel, sehingga seluruh item pernyataan diberi pernyataan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Nilai rhitung berkisar antara 0,682 sampai 0,783.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui Tingkatan konsistensi instrumen penelitian. Instrumen diberi pernyataan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Model	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,923	Reliabel

Pemahaman Prinsip Syariah (X ₂)	0,925	Reliabel
Preferensi Konsumen (Y)	0,925	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 11 Mei 2026

Pada tabel di atas bisa diketahui jika seluruh variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian seluruh instrumen penelitian diberi pernyataan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Unstandardized Residual
N	96
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,083

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 12 Mei 2026

Pada hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,083. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka bisa disimpulkan jika data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi multikolinieritas. Pengujian dilakukan dengan memperlihatkan nilai Tolerance dan VIF.

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X_1)	0,176	5,669
Pemahaman Prinsip Syariah (X_2)	0,176	5,669

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 12 Mei 2026

Pada hasil pengujian diketahui jika seluruh variabel mempunyai nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga bisa disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Signifikansi
Kualitas Produk (X ₁)	0,300
Pemahaman Prinsip Syariah (X ₂)	0,218

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 12 Mei 2026

Pada hasil pengujian diketahui jika seluruh variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga bisa disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X₁) dan Pemahaman Prinsip Syariah (X₂) terhadap Preferensi Konsumen (Y). Bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
(Constant)	1,268
Kualitas Produk (X ₁)	0,487
Pemahaman Prinsip Syariah (X ₂)	0,477

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 12 Mei 2026

Dari tabel di atas bisa diketahui dari hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,268 + 0,487 X_1 + 0,477 X_2 + e$$

Yang berarti jika:

- 1) Nilai konstanta dari variabel Preferensi Konsumen (Y) yaitu sebesar 1,268, artinya jika Kualitas Produk (X_1) dan Pemahaman Prinsip Syariah (X_2) sama dengan Nol (0), Preferensi Konsumen pada penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah yaitu sebesar 1,268
- 2) Nilai koefisien regresi dari variabel Kualitas Produk (X_1) yaitu sebesar 0,487, artinya apabila setiap terjadi peningkatan variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 1 satuan, maka Preferensi Konsumen pada penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah yaitu sebesar 0,487. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berkontribusi positif bagi Preferensi Konsumen terhadap penjual di Lapangan Dwi Warna, Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Sehingga semakin baik Kualitas Produk pada Penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna, semakin tinggi pula preferensi konsumen.
- 3) Nilai koefisien regresi pada variabel Pemahaman Prinsip Syariah (X_2) ialah sebesar 0,477, artinya jika setiap terjadi peningkatan pada variabel Pemahaman Prinsip Syariah (X_2) sebesar 1 satuan, maka Preferensi Konsumen pada Penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah ialah sebesar 0,477. Hal ini menunjukkan bahwa

Pemahaman Prinsip Syariah berkontribusi positif bagi Preferensi Konsumen pada Penjual di Lapangan dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Sehingga semakin baik Pemahaman Prinsip Syariah, semakin tinggi pula Preferensi Konsumen yang dirasakan.

d. Uji Hipotesis

1) Uji T (Parsial)

Uji t ialah uji koefisien regresi parsial yang dipakai untuk mengetahui apakah di variabel independen secara individunya akan memberi pengaruh variabel dependen. Uji t dibuat pada cara memperlihatkan ketika nilai $\text{sig} < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, berarti variabel independen (X) punya pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Pada uji ini tingkatan signifikansi (α) ialah sebesar 5% dengan $df = n-k-1$ maka bisa didapatkan nilai t_{tabel} sebesar 1,986

Tabel 4.12 Hasil Uji T

Model	T	Sig
Kualitas Produk (X1)	8,041	0,000
Pemahaman Prinsip Syariah (X2)	8,077	0,000

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 12 Mei 2026

Dilihat dari uraian tabel di atas bisa diketahui ketika nilai signifikansi pada variabel Kualitas Produk $0,000 < 0,05$ dengan

$t_{hitung} 8,041 > t_{tabel} 1,986$, artinya variabel Kualitas Produk (X_1) punya pengaruh secara parsial terhadap variabel Preferensi Konsumen (Y). Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat dipahami bahwa nilai signifikansi pada variabel pemahaman prinsip syariah $0,000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} 8,077 > t_{tabel} 1,986$, berarti variabel Pemahaman Prinsip Syariah (X_2) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Preferensi Konsumen (Y).

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Preferensi Konsumen pada Penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh Kualitas Produk (X_1) secara parsial terhadap Preferensi Konsumen (Y) pada penjual di kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Bisa diberi pernyataan ditolak

H_1 : Ada pengaruh Kualitas Produk (X_1) secara parsial terhadap Preferensi Konsumen (Y) pada penjual di kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Bisa diberi pernyataan diterima.

Pengaruh Pemahaman Prinsip Syariah terhadap Preferensi Konsumen pada Penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh Pemahaman Prinsip Syariah (X_2) secara parsial terhadap Preferensi Konsumen (Y) pada Penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Bisa diberi pernyataan ditolak

H_2 : Ada pengaruh Pemahaman Prinsip Syariah (X_2) secara parsial terhadap Preferensi Konsumen (Y) pada Penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Bisa diberi pernyataan diterima.

2) Uji Simultan (F)

Uji F adalah pengujian regresi yang dipakai untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh variabel independen (X_1 dan X_2) secara simulta pada variabel dependen (Y). Uji f bisa dilakukan pada cara memperlihatkan ketika nilai $\text{sig} < 0,05$ dan $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$, bisa diartikan jika variabel independen (X) punya pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Pada pengujian ini tingkatan signifikansi ialah sebesar 5% dengan rumus:

$$dk1 = (k - 1) = (3 - 1) = 2 ; dk2 = (n - k) = (96 - 3) = 93$$

maka diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 3,09

Tabel 4.13 Hasil Uji F

Model	F	Sig
Regresi	702,439	0,000

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 12 Mei 2026

Dilihat dari uraian tabel di atas, bisa dilihat ketika nilai signifikansi pada kolom regresi sebesar $0,000 < 0,05$, dengan f_{hitung} $702,439 > f_{tabel}$ 3,09, artinya variabel independen (X_1 dan X_2) punya pengaruh secara simultan terhadap variabel preferensi konsumen (Y).

Pengujian hipotesis menyatakan jika:

H_0 : Tidak ada pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Pemahaman Prinsip Syariah (X_2) secara simultan terhadap Preferensi Konsumen (Y) pada Penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Bisa diberi pernyataan ditolak.

H_3 : Ada pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Pemahaman Prinsip Syariah (X_2) secara simultan terhadap Preferensi Konsumen (Y) pada Penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Bisa diberi pernyataan diterima.

e. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berguna untuk menguraikan sejauh mana hubungan antar variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pada uji koefisien determinasi bisa ditentukan pada cara memperlihatkan R Square, yang bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square
Regresi	0,938

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 23 pada 12 Mei 2026

Dari tabel di atas bisa dilihat jika pada variabel dependen (Y) yang terlihat pada R Square yaitu sebesar 0,938 atau 93,8%. Artinya hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 93,8%, dan sisanya 6,2% diberi penjelasan oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Kualitas Produk Punya pengaruh secara Parsial terhadap Preferensi Konsumen pada Penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Pada hasil penelitian yang sudah dilakukan diperoleh hasil uji t pada variabel Kualitas Produk pada nilai t_{hitung} sebesar 8,041 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka bisa disimpulkan jika variabel Kualitas Produk secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Konsumen pada penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu hal yang diperhatikan konsumen sebelum melakukan pembelian. Semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh penjual, semakin tinggi pula preferensi konsumen terhadap produk tersebut. Pada hasil observasi di lapangan, konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang mempunyai kualitas baik, rasa yang sesuai, kebersihan yang terjaga, serta tampilan produk yang menarik. Kualitas produk yang baik juga membuat konsumen merasa puas sehingga bisa meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian kembali.

2. Pemahaman Prinsip Syariah Punya pengaruh secara Parsial terhadap Preferensi Konsumen pada Penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Pada hasil penelitian yang sudah dilakukan diperoleh hasil uji t pada variabel Pemahaman Prinsip Syariah pada nilai t_{hitung} sebesar 8,077 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka bisa disimpulkan jika variabel Pemahaman Prinsip Syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Konsumen pada penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pemahaman prinsip syariah juga menjadi salah satu faktor yang memberi pengaruh preferensi konsumen di dalam melakukan pembelian. Konsumen cenderung lebih

nyaman membeli pada penjual yang menerapkan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, amanah, keterbukaan, dan tidak melakukan kecurangan dalam transaksi jual beli. Pada hasil observasi di lapangan, sebagian konsumen menilai jika sikap penjual di dalam melayani pembeli juga memberi pengaruh keputusan pembelian. Penjual yang bersikap jujur, ramah, dan terbuka cenderung lebih dipercaya oleh konsumen dibandingkan penjual yang kurang memperhatikan etika dalam berdagang. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tri Ulfyana (2022) mengenai penerapan dan pemahaman prinsip bisnis syariah pada UMKM. Penelitian tersebut menjelaskan jika pemahaman prinsip syariah mempunyai peranan penting dalam kegiatan usaha, terutama di dalam menciptakan kepercayaan dan kenyamanan konsumen di dalam melakukan transaksi. Dengan diterapkannya prinsip-prinsip syariah yang baik, konsumen akan lebih yakin dan nyaman di dalam melakukan pembelian.

3. Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah Punya pengaruh secara Simultan terhadap Preferensi Konsumen di Kawasan Lapangan Dwi Warna, Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa f_{hitung} sebesar 702,439 lebih besar dibandingkan nilai f_{tabel} sebesar 3,09, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Preferensi Konsumen pada Penjual di Kawasan Lapangan Dwi Warna Kota Barabai, Kabupaten Hulu Sungai

Tengah. Selain itu, pada hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,938 atau 93,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah bisa menjelaskan Preferensi Konsumen sebesar 93,8%, sedangkan sisanya sebesar 6,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Pemahaman Prinsip Syariah menjadi salah satu faktor penting yang memberi pengaruh Preferensi Konsumen di dalam melakukan pembelian. Konsumen tidak hanya memperhatikan kualitas produk yang dijual, tetapi juga memperhatikan bagaimana penjual menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan jual beli seperti kejujuran, keterbukaan, serta pelayanan yang baik kepada konsumen. Pada hasil observasi di lapangan, sebagian besar konsumen cenderung memilih penjual yang mempunyai kualitas produk yang baik serta memberi pelayanan yang jujur dan sesuai dengan prinsip syariah. Produk yang mempunyai kualitas baik akan membuat konsumen merasa puas, sedangkan penerapan prinsip syariah bisa meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap penjual. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sonia Aprilia Saputri dan Ivo Novitaningtyas (2022) mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan,

akan semakin tinggi pula minat dan preferensi konsumen di dalam melakukan pembelian.