

- Penghasilan/bulan : a) Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
 b) Rp. 2.500.000 – Rp. 3.000.000
 c) Rp. 3.500.000 – Rp. 4.000.000
 d) \geq Rp. 5000.000

C. Petunjuk Pengisian

Silahkan jawab pernyataan berikut dengan memberikan tanda checklist (\checkmark) pada kolom yang disediakan sesuai dengan penilaian anda. Setiap pernyataan terdiri dari 5 pilihan jawaban, yaitu:

- Jawaban SS : Sangat Setuju skor 5
 Jawaban S : Setuju skor 4
 Jawaban N : Netral skor 3
 Jawaban TS : Tidak Setuju skor 2
 Jawaban STS : Sangat Tidak Setuju skor 1

| Pernyataan yang berkaitan dengan : Faktor Sosial (X_1) | | | | | | |
|---|---|----|---|---|----|-----|
| No. | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
| 1. | Saya membeli Bakso Syar'i Khas Malang karena rekomendasi dari teman saya. | | | | | |
| 2. | Saya membeli Bakso Syar'i Khas Malang karena dekat dengan tempat tinggal saya. | | | | | |
| 3. | Saya membeli Bakso Syar'i Khas Malang karena keluarga mengajak saya untuk membeli Bakso Syar'i Khas Malang. | | | | | |
| 4. | Saya membeli Bakso Syar'i Khas Malang karena organisasi agamis yang saya ikuti. | | | | | |

| Pernyataan yang berkaitan dengan : Faktor Pribadi (X ₂) | | | | | | |
|--|--|----|---|---|----|-----|
| No. | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
| 5. | Saya membeli Bakso Syar'i Khas Malang karena harganya yang relatif terjangkau. | | | | | |
| 6. | Saya membeli Bakso Syar'i Khas Malang karena sesuai dengan gaya hidup saya. | | | | | |

| Pernyataan yang berkaitan dengan : Keputusan Pembelian Konsumen (Y) | | | | | | |
|--|--|----|---|---|----|-----|
| No. | Pernyataan | SS | S | N | TS | STS |
| 7. | Saya membeli Bakso Syar'i Khas Malang karena adanya dorongan kebutuhan akan rasa lapar. | | | | | |
| 8. | Saya membeli Bakso Syar'i Khas Malang karena saat saya membeli pertama kali rasa baksonya sangat pas dilidah saya. | | | | | |
| 9. | Saya membeli Bakso Syar'i Khas Malang karena pelayanannya yang baik dan ramah. | | | | | |
| 10. | Saya membeli Bakso Syar'i Khas Malang karena merek yang di pakai Syar'i. | | | | | |
| 11. | Saya membeli Bakso Syar'i Khas Malang karena lokasinya yang strategis. | | | | | |
| 12. | Saya memutuskan untuk melakukan pembelian ulang di Warung Bakso Syar'i Khas Malang. | | | | | |

Foto Bakso Syar'i dari depan



Ruangan bakso Syar'i



Foto bersama pelanggan bakso syar'i khas Malang



Foto bersama konsumen bakso syar'i khas Malang



Foto bersama konsumen bakso syar'i khas Malang



Foto bersama konsumen bakso syar'i khas Malang



Foto bersama konsumen bakso syar'i khas Malang



Foto bersama konsumen bakso syar'i khas Malang



UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

Uji Validitas

Correlations

| | | VAR00001 | VAR00002 | VAR00003 | VAR00004 | FaktorSosial |
|--------------|---------------------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| VAR00001 | Pearson Correlation | 1 | ,343** | 1,000** | ,226* | ,809** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,024 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| VAR00002 | Pearson Correlation | ,343** | 1 | ,343** | ,883** | ,812** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| VAR00003 | Pearson Correlation | 1,000** | ,343** | 1 | ,226* | ,809** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,024 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| VAR00004 | Pearson Correlation | ,226* | ,883** | ,226* | 1 | ,740** |
| | Sig. (2-tailed) | ,024 | ,000 | ,024 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| FaktorSosial | Pearson Correlation | ,809** | ,812** | ,809** | ,740** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

| | | VAR00005 | VAR00006 | FaktorPribadi |
|---------------|---------------------|----------|----------|---------------|
| VAR00005 | Pearson Correlation | 1 | ,845** | ,959** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| VAR00006 | Pearson Correlation | ,845** | 1 | ,962** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 |
| FaktorPribadi | Pearson Correlation | ,959** | ,962** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

| | VAR0007 | VAR0008 | VAR0009 | VAR0010 | VAR0011 | VAR0012 | y |
|--|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
| VAR00007 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N | 1 100 | ,996** 100 | ,306** 100 | ,453** 100 | ,962** 100 | ,996** 100 | ,948** 100 |
| VAR00008 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N | ,996** 100 | 1 100 | ,312** 100 | ,447** 100 | ,958** 100 | 1,000** 100 | ,948** 100 |
| VAR00009 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N | ,306** 100 | ,312** 100 | 1 100 | ,578** 100 | ,269** 100 | ,312** 100 | ,547** 100 |
| VAR00010 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N | ,453** 100 | ,447** 100 | ,578** 100 | 1 100 | ,411** 100 | ,447** 100 | ,672** 100 |
| VAR00011 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N | ,962** 100 | ,958** 100 | ,269** 100 | ,411** 100 | 1 100 | ,958** 100 | ,917** 100 |
| VAR00012 Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N | ,996** 100 | 1,000** 100 | ,312** 100 | ,447** 100 | ,958** 100 | 1 100 | ,948** 100 |
| y Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N | ,948** 100 | ,948** 100 | ,547** 100 | ,672** 100 | ,917** 100 | ,948** 100 | 1 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,801 | 4 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,916 | 2 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,911 | 6 |

UJI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 1,047 | 1,623 | | ,645 | ,520 | | |
| | FaktorSosial | ,640 | ,114 | ,372 | 5,628 | ,000 | ,833 | 1,200 |
| | FaktorPribadi | 1,432 | ,164 | ,577 | 8,733 | ,000 | ,833 | 1,200 |

a. Dependent Variable: y

UJI HIPOTESIS

Uji koefisien determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,804 ^a | ,647 | ,640 | 3,503 |

a. Predictors: (Constant), FaktorPribadi, FaktorSosial

b. Dependent Variable: y

Uji F (uji simultan)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 2181,419 | 2 | 1090,710 | 88,885 | ,000 ^b |
| | Residual | 1190,291 | 97 | 12,271 | | |
| | Total | 3371,710 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), FaktorPribadi, FaktorSosial

Uji T (uji Parsial)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 1,047 | 1,623 | | ,645 | ,520 | | |
| | FaktorSosial | ,640 | ,114 | ,372 | 5,628 | ,000 | ,833 | 1,200 |
| | FaktorPribadi | 1,432 | ,164 | ,577 | 8,733 | ,000 | ,833 | 1,200 |

a. Dependent Variable: y

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Tests of Normality

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | | Shapiro-Wilk | | |
|---------------|---------------------------------|-----|------|--------------|-----|------|
| | Statistic | df | Sig. | Statistic | df | Sig. |
| FaktorSosial | ,130 | 100 | ,000 | ,951 | 100 | ,001 |
| FaktorPribadi | ,179 | 100 | ,000 | ,914 | 100 | ,000 |
| Y | ,081 | 100 | ,101 | ,969 | 100 | ,018 |

a. Lilliefors Significance Correction

Uji Multikolinearitas

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .409 ^a | .167 | .158 | 3,111 |

a. Predictors: (Constant), FaktorPribadi

b. Dependent Variable: FaktorSosial

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .804 ^a | .647 | .640 | 3,503 |

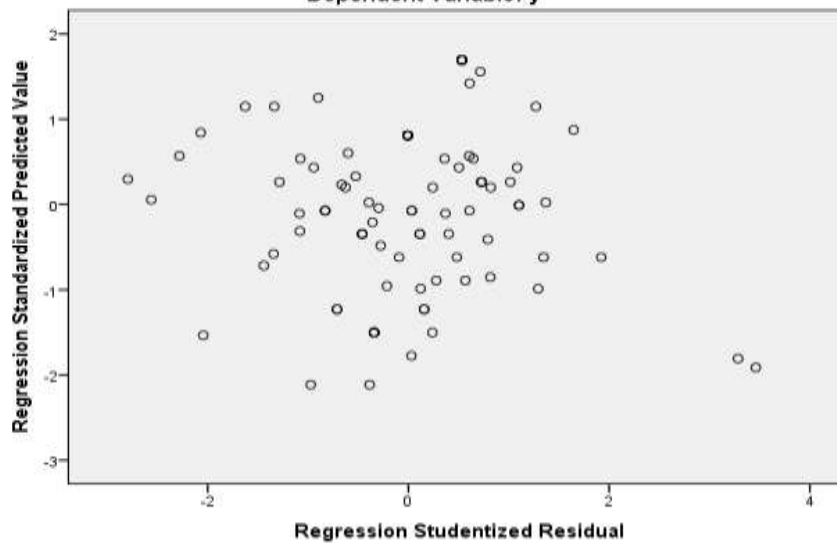
a. Predictors: (Constant), FaktorPribadi, FaktorSosial

b. Dependent Variable: y

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: y



Bakso Syar'i Khas Malang

1. Sejarah Bakso Syar'i Khas Malang

Bakso syar'i khas Malang merupakan usaha keluarga yang didirikan pada 1 Februari 2016, warung bakso ini merupakan warung bakso pertama yang berlabel syar'i beralamat di Jl. Ahmad Yani KM 23, Landasan Ulin Banjarbaru Kalimantan Selatan.

Berawal dari ruko yang kosong yang tidak dimanfaatkan maka terlintaslakh dibenak Pa H. Thoyyib sebagai pemilik ruko dan pemilik usaha untuk mengisi dan memanfaatkan ruko tersebut. Suatu hari ketika beliau jalan-jalan ke Martapura daerah Murjani, beliau mendapati beberapa orang memikul bakso keliling/ bakso khas Malang, beliaupun singgah dan mencicipi cita rasa bakso khas Malang, karena itulah tercetuskan ide untuk menjual bakso khas Malang.

Dinamakan bakso Syar'i khas Malang karena semua anak beliau tamatan pondok pesantren dan beliaupun termasuk keluarga yang religi dan juga anak-anak beliau ada yang sudah khatam hapalan Al-Qur'annya 30 juz, juga desain ruangan, suasana, gratisnya penghafal Qur'an, adanya tempat khusus akhwat bercadar menjadi beberapa pendukung kenapa nama bakso syar'i layak untuk di beri nama bakso syar'i khas Malang.

2. Visi dan Misi Bakso Syar'i Khas Malang

a. Visi bakso syar'i khas Malang

Menjadi pelopor rumah makan yang bertauhid, syar'i, peduli Quar'any dan penuh berkah.

b. Misi

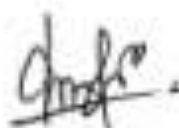
- 1) Menegakkan tauhid dengan berusaha menghadirkan sikap tawakkal tanpa meninggalkan usaha dan menjauh sejauh-jauhnya dari segala macam bentuk kesyirikan, baik berupa jampi-jampi, rajah, jimat, perdukunan, thoyaroh dan berserikat dengan jin.
- 2) Membuat suasana islamy dalam ruangan.
- 3) Menempelkan spanduk tulisan dan gambar yang berisi nasehat islamy
- 4) Memberikan harga yang sangat terjangkau bagi seluruh rakyat Indonesia
- 5) Memberikan penghargaan kepada para penjaga Al-Qur'an dengan memberikan makan dan minum gratis selama-lamanya
- 6) Selalu memberikan yang terbaik agar menjadi usaha yang penuh keberkahan.

\

RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : Nurul Khairiah
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Kampung Baru, 24 September 1995
3. Agama : Islam
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Alamat : Jl. Rahayu Rt. 06 DS. Bersujud Kec. Simpang Empat Kab. Tanah Bumbu
6. Pendidikan
 - a. MI. Nurul Hidayah
 - b. SMP Darul Hijrah Puteri
 - c. SMKN 2 Simpang Empat
7. Pengalaman Organisasi :
 - a. Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Ekonomi Syariah
 - b. Ikatan Mahasiswa (IKMA) Tanah Bumbu
 - c. Lembaga Pengajian dan Pengkajian Al-Quran (LPPQ) UTN Antasari Banjarmasin
8. Orang Tua
 - a. Ayah
 - Nama : Pintong
 - Pekerjaan : Wiraswasta
 - Alamat : Jl. Rahayu Rt. 06 DS. Bersujud Kec. Simpang Empat Kab. Tanah Bumbu
 - Ibu
 - Nama : Sadariah
 - Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 - Alamat : Jl. Rahayu Rt. 06 DS. Bersujud Kec. Simpang Empat Kab. Tanah Bumbu
- Saudara (jumlah saudara) : 2 orang

Banjarmasin, 04 Juli 2017
Penulis,



Nurul Khairiah