

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Negara-negara maju mulai menyadari bahwa saat ini selain mengandalkan sumber daya manusia yang kreatif sebagai modal dasar untuk menciptakan inovasi dalam menghadapi daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar, pemilihan bidang perusahaan juga sangat berpengaruh dalam menentukan sukses dan gagalnya suatu perusahaan mengingat daya jual serta minat pasar yang bisa berubah sesuai perkembangan zaman. M.A Mannan mendefinisikan ilmu ekonomi syariah sebagai ilmu pengetahuan social yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai islam (Mannan, 1992, hlm. 15). Salah satu bisnis yang di anjurkan dalam islam adalah usaha mikro kecil menengah dan memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia, baik ditinjau dari segi penciptaannya, lapangan kerja maupun dari pertumbuhan ekonominya.

Akibat fenomena ini muncul daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar, baik dari perusahaan kecil, menengah hingga perusahaan-perusahaan besar. Kondisi ini membuat setiap perusahaan harus mencari cara agar bisa mempertahankan eksistensinya, tidak terkecuali persaingan perusahaan di bidang industry (Purwadi, 2000, hlm. 23).

Di Indonesia tingkat persaingan pada bidang industri bisa dikatakan cukup sengit, setiap penghasil industri memiliki keunggulan serta kualitas produknya masing-masing sehingga mereka terus melakukan inovasi agar mampu meraup lebih banyak minat pasar. Salah satu bidang industri yang memiliki daya saing tinggi adalah industri tekstil. Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis tidak dapat terelakkan. Pemasar yang akan menjual produknya, berupa

barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik daripada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli. Karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing dipasaran (Supranto, 2011, hlm. 54).

Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan di bidang usaha pemenuhan kebutuhan individu, baik berupa produksi, konsumsi maupun distribusi yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan(Kuat Ismanto, 2009:22).Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah(Ali Hasan, 2009: 196).Dunia sudah semakin terbuka dan mudah diakses atau sering disebut dengan istilah „dunia tanpa batas” dengan menghadapi resiko yang paling ditakuti yaitu persaingan antar produk, perusahaan maupun persaingan antar Negara (Zulkarnaen, 2012, hlm. 18).

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan atau jual beli dan didalamnya masuk juga bisnis (Arifin, 2009, hlm. 81).Seperti dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah /2: 275

.... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا....

Artinya : ....dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba....”

Ayat di atas dengan tegas memberikan seruan kepada kaum muslimin bahwa jual beli (bisnis) dihalalkan oleh Allah, baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa (Suwiknyo, 2010, hlm.128), dengan pengertian bahwa jual beli terdapat penyerahan barang atau jasa dari si penjual dengan penggantian yang seimbang dari pihak pembeli.Tetapi,

Allah mengharamkan riba. Karena, dalam riba tidak ada penyeimbang langsung, kecuali kesempatan pemanfaatan uang.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Di sisi lain, Husein Umar mendefinisikan kualitas produk merupakan hal penting bagi konsumen baik berupa barang maupun jasa. Kualitas produk dalam praktik bisnis apa pun sangat diperlukan, oleh karena itu pebisnis perlu mengenal apa yang dimaksud dengan kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) oleh konsumen, dalam literatur pemasaran kualitas didefinisikan. Dalam perspektif Islam kualitas adalah sebuah konsep secara totalitas. Konsep ini tidak saja berkaitan dengan hubungan antar sesama manusia tetapi juga antara manusia dengan Allah SWT. karena pada hakikatnya meningkatkan kualitas produk dan jasa agar lebih baik merupakan bagian dari kejujuran dan kebenaran dalam berbisnis sehingga menimbulkan keikhlasan bagi masing-masing dalam bertransaksi bisnis antara penjual dan pembeli. Karena meningkatkan kualitas berarti juga merupakan langkah-langkah untuk memenuhi keinginan pelanggan dan juga konsumen.

Setiap perdagangan harus didasari sikap saling ridha diantara dua pihak, sehingga para pihak tidak merasa dirugikan atau dizalimi. Dengan ini, maka pihak pengelola memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih apa yang diinginkan. Diterangkan dalam Qs. Annisa/ 4 : 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

Ayat di atas menunjukkan bahwa dalam melakukan suatu perdagangan hendaklah atas dasar suka sama suka atau sukarela. Tidak dibenarkan bahwa suatu perbuatan muamalah, perdagangan misalnya, dilakukan dengan pemaksaan ataupun penipuan. Jika hal ini terjadi, dapat membatalkan perbuatan tersebut. Unsur sukarela ini menunjukkan keikhlasan dan itikad baik dari para pihak.

Menteri Perindustrian Agus Gumiwang mengungkapkan sektor industri tekstil menyumbang nilai ekspor sepanjang tahun 2019 mencapai US\$ 12,9 miliar. Sebagai salah satu sektor padat karya, sektor tersebut telah menyerap tenaga kerja sebanyak 3,73 juta orang. (Pratama, 2020, hlm. 54). Kementerian perindustrian Agus Gumiwang juga mengatakan industri tekstil dan pakaian jadi menunjukkan kinerja yang gemilang sepanjang tahun 2019 dengan mencatatkan pertumbuhan sebesar 15,35%. Capaian tersebut menunjukkan perkembangan yang terus membaik di tengah tekanan kondisi ekonomi global. Pertumbuhan signifikan di sektor industri tekstil dan pakaian jadi ditopang oleh meningkatnya produksi pakaian jadi di sentra-sentra industri.

Industri tekstil dan pakaian jadi sebagai satu dari lima sektor manufaktur yang menjadi prioritas dalam pengembangannya. "Terutama dalam kesiapan memasuki era industri 4.0, karena dengan pemanfaatan teknologi industri 4.0, akan mendorong peningkatan produktivitas sektor industri secara lebih efisien (Hutomo, 2020, hlm. 54). Namun, pada saat ini kain sasingan sudah mulai beralih fungsi, kain sasingan sudah tidak lagi hanya untuk golongan tertentu maupun sebagai metode pengobatan saja, tetapi juga dipakai oleh masyarakat umum sebagai seragam kantor serta pakaian sehari-hari. Sasingan malah sudah digunakan untuk pakaian resmi di Kalimantan Selatan.

Berdasarkan perkembangan inilah berbagai kalangan, baik UKM maupun pemerintah daerah Kalimantan Selatan mulai melihat peluang besar akan terus bertambahnya minat masyarakat pada kain dan pakaian sasirangan ini. Oleh karena itu, pemerintah daerah terus memperkenalkan dan mempromosikan kain dan pakaian jadi yang terbuat dari kain sasirangan ini ke berbagai daerah tidak terkecuali luar Kalimantan.

Disamping itu, para pengusaha baik industri rumahan kecil dan menengah juga mulai mencoba peluang ini. Tidak sulit untuk mencari sasirangan di Wilayah Kalimantan Selatan. Kita akan banyak menemukan industri pengrajin sasirangan dimana-mana baik dalam bentuk rumah industri hingga toko sasirangan besar yang menawarkan motif serta corak warna sasirangan yang lengkap dan mewah. Harga-harga yang mereka tawarkanpun cukup bersaing tergantung bahan dasar penggunaan kain, corak dan motif serta pewarnaan yang digunakan.

Persaingan pasar yang cukup menggiurkan ini juga membuat para mahasiswa di bidangnya ikut tertarik untuk membuka lapak keci-kecilan, tentu saja sasaran konsumen atau pembelinya juga dari kalangan mahasiswa dengan harga sesuai kemampuan mahasiswa. Tidak hanya kain dan pakaian jadi dalam bentuk sasirangan yang mereka tawarkan, mereka juga melakukan banyak inovasi berdasarkan kreatifitas mereka masing-masing. Ada yang mengolahnya menjadi sapu tangan, masker, bros jilbab dengan berbagai bentuk seperti bunga sasirangan dan lain-lain. Inovasi tersebut membuat peminat mahasiswa terhadap kain sasirangan semakin banyak.

Hal ini cukup mengawatirkan bagi para industri kain sasirangan asli tradisional, mereka takut para konsumen yang membeli kain sasirangan cetak mengira itulah sasirangan yang sama dengan kain sasirangan tradisional yang sudah terkenal. Namun, dengan tetap mempertahankan dan mengedepankan kualitas kain sasirangan asli tradisional, yakni dalam segi penggunaan

bahan, corak, motif serta pewarnaan khas Kalimantan Selatan, mereka meyakini pasar lokal, nasional maupun internasional akan tetap stabil bahkan terus mengalami peningkatan.

Citra Sasirangan selalu berusaha untuk selalu dapat mengoptimalkan penjualan kain pada setiap harinya dengan penggunaan motif dan kualitas bahan yang baik agar dapat memuaskan pembelinya. Untuk itu Citra Sasirangan perlu mengetahui apa saja faktor-faktor yang dianggap dapat mempengaruhi kepuasan pembeli dari segi penggunaan motif dan kualitas bahan kain. Motif dan Kualitas bahan yang tepat tentu sangat diharapkan agar tingkat penjualan kain sasirangan dapat mencapai target sampai batas waktu tertentu. Dan disini pengaruh motif dan kualitas bahan yang baik dan tepat sangat dibutuhkan.

Produk-produk yang dihasilkan Citra Sasirangan tergolong bervariasi, mereka menggunakan beraneka ragam motif serta penggunaan warna yang menarik. Dalam pemilihan bahan pun mereka telaten dengan menyiapkan berbagai jenis kain dari harga yang terjangkau dengan kualitas biasa hingga bahan yang memiliki kualitas tinggi tentu dengan harga yang cukup bersaing. Selain itu, ketersediaan barang mereka bisa dikatakan bagus, dalam setiap kain sasirangan mereka menyediakan banyak stok yang diperuntukan untuk pembeli yang membeli dengan jumlah banyak.

Berdasarkan uraian di atas maka tidak diragukan lagi jika Citra Sasirangan masih terus bertahan selama bertahun-tahun dan memiliki minat pasar serta kepuasan pelanggannya sendiri. Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Dengan kepuasan, keinginan dan kebutuhan para pelanggan, maka hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi perusahaan. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen

tersebut akan selalu menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus. Dengan begitu produk dari perusahaan tersebut dinyatakan laku di pasaran, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh laba dan akhirnya perusahaan akan tetap survive atau dapat bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang. Dan bahwa kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa". Sebagai tanggapan dari pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa tersebut.

Dalam persaingan, kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen merupakan satu hal yang sangat penting. Diyakini bahwa kunci utama untuk mempertahankan pasar dalam persaingan adalah dengan memberikan kepuasan pembeli. Sebagaimana dikemukakan oleh Irawan bahwa, "Kepuasan pembeli didorong oleh beberapa faktor diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan atau jasa, emosional, biaya dan kemudahan (Indra Aditia dan Suhaji, 2018:2). Berdasarkan persaingan industri tekstil di Indonesia khususnya persaingan kain sasirangan di Kalimantan Selatan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Citra Sasirangan Banjarmasin, dengan judul **"Pengaruh Motif Sasirangan dan Kualitas Bahan Terhadap Kepuasan Pembeli pada Toko Citra Sasirangan di Banjarmasin"**.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah motif sasirangan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pembeli pada toko Citra Sasirangan di Banjarmasin?
2. Apakah kualitas bahan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pembeli pada toko Citra Sasirangan di Banjarmasin?

3. Apakah motif dan kualitas bahan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pembeli pada toko Citra Sasirangan di Banjarmasin?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh motif sasirangan secara parsial terhadap kepuasan pembeli pada toko Citra Sasirangan di Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas bahan secara parsial terhadap kepuasan pembeli pada toko Citra sasirangan di Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui pengaruh motif sasirangan dan kualitas bahan secara simultan terhadap kepuasan pembeli pada toko Citra Sasirangan di Banjarmasin.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

#### **1. Signifikansi Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

- a. Pengembangan pengetahuann tentang pengaruh motif dan kualitas bahan terhadap kepuasan konsumen dalam aktivitas bisnis, khususnya bisnis syariah;
- b. Memperkaya khazamah keilmuan Islam, khususnya ilmu ekonomi syariah.

#### **2. Signifikansi Praktis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Citra Sasirangan Banjarmasin sebagai bahan pertimbangan dalam merencanakan dan merumuskan

motif dan kualitas bahan di perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, sehingga perusahaan dapat terus berkembang.

- b. Hasil penelitian ini juga diharapkan bermanfaat untuk masyarakat pada umumnya yang ingin bertransaksi kain sasirangan dengan memperhatikan motif dan kualitas bahan.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam memahami istilah-istilah dalam penelitian ini dan permasalahan yang penulis teliti dan untuk menjadi pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut, penulis merumuskan definisi operasional sebagai berikut:

### **1. Motif**

Motif adalah corak atau pola yang menjadi kerangka gambar berupa perpaduan garis, bentuk menjadi satu kesatuan (Wikipedia, 2015). Motif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah motif kain sasirangan terhadap kepuasan pembeli yang memiliki akibat atau hasil.

### **2. Kualitas**

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan bahan yang berkualitas maka perusahaan itu telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pembeli. Yang dimaksud penelitian ini adalah kualitas bahan agar kualitas lebih menekankan aspek kepuasan pelanggan terhadap pendapatan.

### **3. Bahan**

Bahan merupakan perlengkapan dalam pembuatan suatu produk. Yang dimaksud penelitian ini adalah bahan untuk membuat kain sasirangan menggunakan bahan perintang seperti tali, benang atau sejenisnya menurut corak-corak tertentu untuk suatu kepuasan pembeli.

#### 4. Kepuasan Pembeli

Kepuasan pembeli merupakan perasaan senang seseorang yang muncul setelah mendapatkan hasil yang sudah di harapkan. Yang dimaksud penelitian ini adalah kepuasan pembeli terhadap hasil dari suatu produk atau jasa selama melakukan pembelian atau pembuatan.

#### F. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesalahan dan memperjelas permasalahan yang peneliti angkat, maka diperlukan Penelitian Terdahulu untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang telah ada. Berikut ini penelitian sejenis yang telah diteliti.

No.	Peneliti	Variabel	Metode Penelitian	Judul dan Hasil
1.	M Dedy Rosyadi	Motif Dasar Pada Kain Sasirangan	Kualitatif	Pengenalan Motif Dasar Pada Kain Sasirangan Menggunakan Metode Template Matching (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjary. Hasil: Dari seluruh percobaan yang dilakukan, Pola pada Motif Kain Sasirangan Motif yang berbeda ini sangat Mempengar pada proses pengenalan motif terhadap Template.
2.	Amalia, Rosmalina	Analisis Strategi Pemasaran Kain Sasirangan	Kualitatif	Analisis Starategi Pemasaran Kain Sasirangan Pada Cv. Citra Sasirangan Banjarmasin. Hasil: Dari hsil observasi Citra Sasirangan memiliki

				kekuatan dan peluang yang besar sehingga kelemahan dan ancaman yang dihadapi dapat ditanggulangi oleh kekuatan yang dimiliki oleh Citra Sasirangan.
3.	Noor hidayati	Produk, Harga, Referensi, Kepribadian, dan Promosi	Kuantitatif	Pengaruh Produk, Harga, Referensi, Kepribadian, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kain Sasirangan di Kota Banjarmasin Hasil: Produk, Harga, Referensi dan Promosi Serempak Mempengaruhi konsumen dalam Keputusan Pembelian Kain Sasirangan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu di atas. Penulis akan menjabarkan salah satu penelitian relevan yakni penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni penelitian yang telah dilakukan oleh Rosmalina Amalia (2005) Universitas Islam Indonesia, Fakultas Ekonomi, Yogyakarta dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Kain Sasirangan pada CV. Citra Sasirangan Banjarmasin.

Dalam hal manajemen bisnis Islam, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dan menjadi prinsip-prinsip yang harus diperhatikan oleh pebisnis (termasuk bisnis busana muslim di Jaizah *Boutique* Tlogosari Semarang)

Penelitian juga telah dilakukan oleh Rosmalina Amalia (2005). Kekuatan Citra Sasirangan meliputi: kualitas SDM, kualitas produk, distribusi produk, lokasi perusahaan, kebijakan harga, dan citra produk.

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Citra Sasirangan serta peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan

dalam pemasaran produknya. Langkah-langkah metode penelitiannya adalah meneliti variabel eksternal dan internal Citra Sasirangan menggunakan analisis value-chain dan analisis SWOT, kemudian melakukan pengamatan langsung ke perusahaan serta memberikan kuisioner pada pihak manajemen perusahaan. Dalam penelitian ia menggunakan analisis SWOT untuk memberikan penilaian dari kuisioner yang telah diisi oleh pihak manajemen perusahaan, guna menggambarkan secara jelas kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi perusahaan. Setelah didapatkan gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman perusahaan, kemudian dilakukan penilaian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif dari metode analisis SWOT untuk melihat di kuadran manakah perusahaan berada. Dari hasil penelitian yang diperoleh, dapat diketahui kekuatan Citra Sasirangan meliputi: kualitas SDM, kualitas produk, distribusi produk, lokasi perusahaan, kebijakan harga, dan citra produk. Sedangkan kelemahannya ada pada logistik perusahaan.

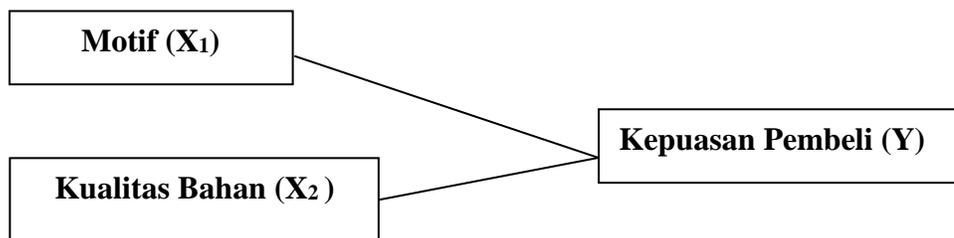
Adapun peluang yang dimiliki Citra Sasirangan meliputi loyalitas pelanggan, perubahan selera konsumen, pertumbuhan pasar sasirangan, meningkatnya daya beli konsumen, hambatan memasuki pasar, dan persaingan harga sedangkan ancaman yang dihadapi perusahaan adalah adanya pesaing baru yang potensial. Posisi Citra Sasirangan masuk dalam kuaran 1 yaitu berada pada posisi pertumbuhan, hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan variabel eksternal (3,698) dan internal perusahaan (3,782). Demikian yang dapat penulis uraikan hasil penelitian penulis mengenai strategi pemasaran pada perusahaan Citra Sasirangan Banjarmasin.

Berdasarkan uraian tersebut terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian relevan diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Persamaan antara kedua penelitian ini adalah dalam menentukan subjek penelitian yakni perusahaan industri Citra Sasirangan Banjarmasin. Adapun perbedaannya yaitu pertama pada fokus permasalahan pengaruh kualitas

bahan sasirangan terhadap kepuasan pembeli, selain itu perbedaan juga terdapat pada metode pendekatan penelitian, dalam penelitian terdahulu menggunakan dua pendekatan yakni kualitatif dan kuantitatif sedangkan pada penelitian ini hanya menggunakan satu pendekatan yakni pendekatan kualitatif. Berdasarkan hal tersebut cukup membuktikan jika penelitian yang dilakukan oleh penulis tergolong berbeda dengan penelitian terdahulu.

### **G. Kerangka Penelitian**

Kerangka Pemikiran penulis menggambarkan pengaruh sistematis antara Variabel bebas X dengan variabel terikat Y, yakni X1 Motif dan X2 Kualitas Bahan serta variabel Y yang merupakan Kepuasan Pembeli. Berdasarkan jenis variabel yang telah ditetapkan di atas, maka dapat disimpulkan untuk menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah motif dan kualitas bahan berpengaruh terhadap kepuasan pembeli. Skema Kerangka sebagai berikut.



### **H. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara tahapan rumusan penelitian di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2018, hlm. 63) Hipotesis adalah dugaan yang bersifat sementara yang mungkin benar dan juga yang mungkin salah, sehingga dapat dianggap sebagai kesimpulan yang sifatnya sementara, sedangkan penolakan suatu hipotesis tergantung dari hasil akhir penelitian terhadap faktor-faktor yang akan

dikumpulkan dan diambil dalam suatu kesimpulan.

Hipotesis atau jawaban sementara dari rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

#### Hipotesis I

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara persial antara Motif terhadap kepuasan pembeli di Toko Citra sasirangan Banjarmasin.

Ha : Terdapat pengaruh secara persial antara Motif terhadap kepuasan pembeli di Toko Citra sasirangan Banjarmasin.

#### Hipotesis II

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara persial antara Kualitas Bahan terhadap kepuasan pembeli di Toko Citra sasirangan Banjarmasin

Ha : Terdapat pengaruh secara persial antara Kualitas Bahan terhadap kepuasan pembeli di Toko Citra sasirangan Banjarmasin.

#### Hipotesis III

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Motif dan Kualitas Bahan terhadap kepuasan pembeli di Toko Citra sasirangan Banjarmasin.

Ha : Terdapat pengaruh secara simultan antara Motif dan Kualitas Bahan terhadap kepuasan pembeli di Toko Citra sasirangan Banjarmasin.

### **I. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan penelitian dan penulisan skripsi maka penulis akan memberikan Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang menguraikan alasan memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti, pokok masalah, dan tujuan penelitian, signifikan penelitian merupakan kegunaan dari hasil penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu ditampilkan sebagai adanya informasi atau tulisan dari aspek yang lain, sistematika penulisan skripsi yang bersifat sistematis serta terstruktur secara keseluruhan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dan referensi lain. Di dalam bab ini diuraikan tentang motif, kualitas bahan, dan kepuasan konsumen (pembeli).

Bab III Metodologi Penelitian, Penulis mengutarakan bagaimana penelitian ini dilakukan yang terdiri dari jenis dan sifat penelitian, data dan sumber data penelitian, secara teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV Penyajian Data dan Laporan Penelitian, pada bab ini penulis menyajikan hasil penelitian dan analisis data yang mencakup gambaran umum secara ringkas berdasarkan teori yang telah disusun serta jawaban atas rumusan masalah.

Bab V Penutup, dalam bab ini penulis membuat kesimpulan atas hasil penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian.