

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Tata Letak Geografis Lokasi Penelitian

Pasar Astambul berada di jalan A.Yani KM.51 Desa Tambak Baru Ilir Kecamatan Martapura Kabupaten Banjar, persis di samping jalan provinsi, lokasi lumayan strategis karena pasar tepat berada di jalan untuk menuju akses wisata religi datu Kalampayan Syekh Muhammad Arsyad Al-Banjari.

2. Sejarah Singkat Pasar Astambul

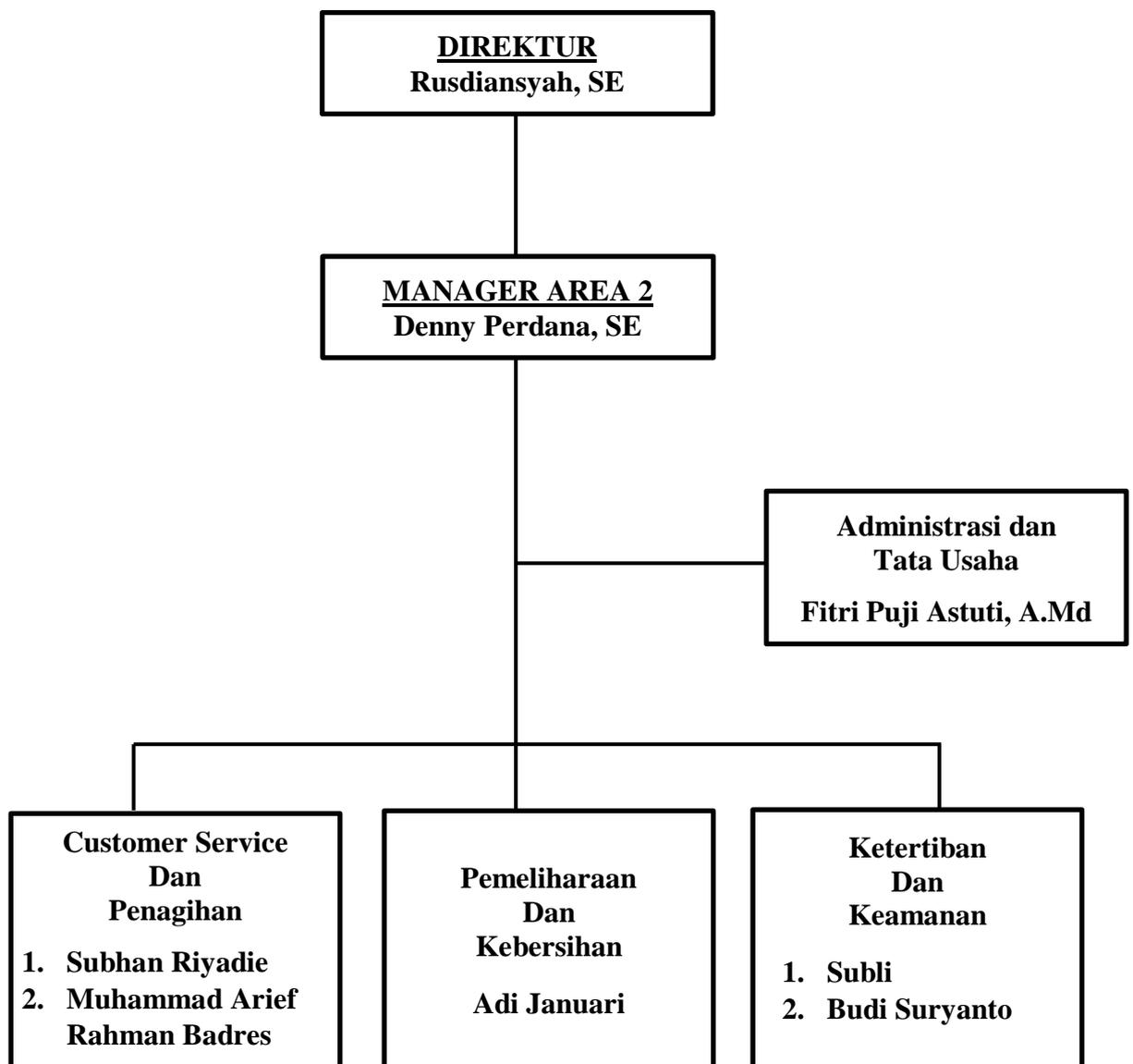
Pasar Astambul berdiri dari tahun 1971, terdiri dari bangunan toko, bak dan los dengan luas tanah 4.089 M². Pasar Astambul sendiri adalah pasar yang memiliki aktifitas pasar harian dan mingguan, pasar tersebut rame pada hari Senin dan Kamis selain hari itu pasar tetap ada aktifitas tapi tidak terlalu banyak pedagangnya, adapun sebagian besar dari pedagang adalah masyarakat Astambul dan sebagian kecilnya orang luar dari daerah Astambul. Pada tahun 2014 pasar Astambul dapat bantuan revitalisasi pasar oleh pemerintah. (Denny Perdana, SE, Manager Area 2, Wawancara Pribadi, WhatsApp 09 November 2020)

3. Visi dan Misi Pasar Astambul

Visi: “Menjadikan pasar yang unggul dan memberikan manfaat bagi masyarakat”

Misi: “Memberikan pelayanan yang prima, menyediakan sarana dan prasarana, mengembangkan potensi pendapatan pasar”. (Denny Perdana, SE, Manager Area 2, Wawancara Pribadi, WhatsApp 09 November 2020)

Gambar 4.1
Struktur Organisasi
Struktural Unit Area II Perusahaan Daerah Pasar Astambul
Kabupaten Banjar



Sumber: Pasar Astambul Kecamatan Martapura Kabupaten Banjar (Oktober, 2020)

4. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden berupa selebaran kertas yang berisi beberapa pernyataan. Penulis menggunakan metode *purposive sampling* atau dikenal dengan teknik pengambilan sampel yang menggunakan ciri-ciri tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, penulis menentukan responden dengan syarat dia adalah konsumen di pasar Astambul. Karena banyaknya jumlah konsumen di pasar Astambul maka penulis hanya mengambil beberapa sampel yaitu berjumlah 70 orang responden.

5. Karakteristik Responden

Data yang diambil dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari kuesioner yang disebar kepada responden yang merupakan konsumen atau pembeli yang berbelanja di pasar Astambul. Data hasil kuesioner tersebut dapat mendeskripsikan karakteristik responden dalam penelitian yang meliputi 3 (tiga) kategori, antara lain umur, jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Adapun kategori karakteristik tersebut untuk memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini.

a. Umur

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi	Presentasi
1	19 - 29	32	45,71%
2	30 - 39	7	10%
3	40 - 49	14	20%
4	50 - 59	17	24,29%
Jumlah		70	100%

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa konsumen pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan yang paling banyak berbelanja dengan umur 19-29 sebesar 45,71% sedangkan yang paling sedikit berbelanja di pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan yaitu berumur 30-39 atau sebesar 10% saja.

b. Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Umur	Frekuensi	Presentasi
1	19 - 29	32	45,71%
2	30 - 39	7	10%
Jumlah		70	100%

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa konsumen pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan dengan jenis kelamin pria yaitu sebesar 39% dan wanita sebesar 61%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa konsumen pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan didominasi oleh wanita.

c. Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentasi
1	SD/MI	17	24,3%
2	SMP/MTS	11	15,71%
3	SMA/MA	19	27,14%
4	Diploma	5	7,14%
5	Sarjana	18	25,71%
Jumlah		70	100%

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah konsumen dengan tingkat pendidikan SD/MI sebesar 17 orang atau sebanyak 24,3%, konsumen dengan tingkat pendidikan SMP/MTS sebanyak 11 orang atau sebesar 15,71%, konsumen dengan tingkat pendidikan SMA/MA sebanyak 19 orang atau sebesar 27,14%, konsumen dengan tingkat pendidikan diploma sebanyak 5 orang atau sebesar 7,14% dan konsumen dengan tingkat pendidikan sarjana sebanyak 18 orang atau sebesar 25,71%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa konsumen di pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan didominasi oleh konsumen dengan tingkat pendidikan SMA/MA yaitu sebanyak 19 orang atau sebesar 27,14%.

B. Analisis Data Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ini bertujuan untuk menginterpretasikan distribusi jawaban responden terhadap kuesioner yang dibagikan oleh peneliti kepada para konsumen di pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan. Adapun distribusi frekuensi jawaban setiap responden tentang pengaruh etika bisnis islam dalam meningkatkan minat beli dapat dilihat pada tabel berikut ini:

1. Variabel Keadilan X_1

Variabel keadilan terbagi menjadi tiga indikator yang penulis jadikan sebagai pernyataan dalam kuesioner yang diberikan kepada para konsumen di pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan.

- a. Indikator tidak membeda-bedakan antara satu konsumen dengan konsumen lainnya di pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan.

Tabel 4.4
Tidak membeda-bedakan antara satu konsumen
dengan konsumen lainnya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	18	25,8%
2	Setuju (S)	36	51,4%
3	Netral (N)	13	18,5%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1,4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2,9%
Jumlah		70	100%

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dijelaskan bahwa indikator tidak membeda-bedakan antara satu konsumen dengan konsumen lainnya ($X_{1,1}$) menunjukkan bahwa 18 responden atau 25,8% menyatakan sangat setuju, 36 responden atau 51,4% menyatakan setuju, 13 responden atau 18,5% menyatakan netral, 1 responden atau 1,4% menyatakan tidak setuju dan 2 responden atau 2,9% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa tidak adanya membeda-bedakan antara satu konsumen dengan konsumen lainnya yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

- b. Indikator tiadanya bentuk deskriminasi dalam bentuk apapun di pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan.

Tabel 4.5
tiadanya bentuk deskriminasi dalam bentuk apapun

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	16	22,9%
2	Setuju (S)	37	52,9%
3	Netral (N)	17	24,2%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		70	100%

Sumber Diolah: 2020

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dijelaskan bahwa indikator tiadanya bentuk deskriminasi dalam bentuk apapun ($X_{1,2}$) menunjukkan bahwa 16 responden atau 22,9% menyatakan sangat setuju, 37 responden atau 52,9% menyatakan setuju, 17 responden atau 24,2% menyatakan netral, 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju dan 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa tiadanya bentuk deskriminasi dalam bentuk apapun yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

- c. Indikator tidak mengurangi timbangan dan takaran di pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan.

Tabel 4.6
tidak mengurangi timbangan dan takaran

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	19	27,14%
2	Setuju (S)	21	30%
3	Netral (N)	22	31,42%
4	Tidak Setuju (TS)	5	7,14%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	4,3%
Jumlah		70	100%

Sumber Diolah: 2020

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dijelaskan bahwa indikator tidak mengurangi timbangan dan takaran ($X_{1,3}$) menunjukkan bahwa 19 responden atau 27,14% menyatakan sangat setuju, 21 responden atau 30% menyatakan setuju, 22 responden atau 31,42% menyatakan netral, 5 responden atau 7,14% menyatakan tidak setuju dan 3 responden atau 4,3% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa ada

dan tidak adanya pedagang yang mengurangi timbangan dan takaran yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan netral.

Dari penjelasan di atas, adapun tabel rekapitulasi jumlah jawaban responden mengenai variabel keadilan (X_1), sebagai berikut:

Tabel 4.7
Akumulasi jawaban responden terkait keadilan

No	Item	Alternatif Jawaban											
		SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X 1.1	18	25,8%	36	51,4%	13	18,5%	1	1,4%	2	2,9%	70	100%
2	X 1.2	16	22,9%	37	52,9%	17	24,2%	0	0%	0	0%	70	100%
3	X 1.3	19	27,14%	21	30%	22	31,42%	5	7,14%	3	4,3%	70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa item $X_{1.1}$ merupakan indikator tidak membeda-bedakan antara satu konsumen dengan konsumen lainnya, item $X_{1.2}$ merupakan Indikator tiadanya bentuk deskriminasi dalam bentuk apapun dan $X_{1.3}$ tidak mengurangi timbangan dan takaran. Adapun jumlah dan presentasi jawaban responden mengenai keadilan kebanyakan responden memilih alternatif jawaban setuju dari dua indikator dan jawaban netral untuk salah satu indikator dari setiap pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan keadilan mempengaruhi dalam meningkatkan minat beli konsumen.

2. Variabel Kejujuran X_2

Variabel kejujuran terbagi menjadi dua indikator dengan tiga pernyataan yang penulis cantumkan dalam kuesioner yang diberikan kepada para konsumen di pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan.

a. Indikator tidak berbohong dengan kondisi barang

Tabel 4.8
tidak berbohong dengan kondisi barang

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	17	24,3%
2	Setuju (S)	28	40%
3	Netral (N)	23	32,8%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2,9%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dijelaskan bahwa indikator tidak berbohong dengan kondisi barang ($X_{2.1}$) menunjukkan bahwa 17 responden atau 24,3% menyatakan sangat setuju, 28 responden atau 40% menyatakan setuju, 23 responden atau 32,8% menyatakan netral, 2 responden atau 2,9% menyatakan tidak setuju dan 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa tidak adanya pedagang yang berbohong dengan kondisi barang yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

b. Indikator tidak menyembunyikan cacat barang

Tabel 4.9
tidak menyembunyikan cacat barang

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	12	17,14%
2	Setuju (S)	32	45,71%
3	Netral (N)	22	31,42%
4	Tidak Setuju (TS)	4	5,8%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dijelaskan bahwa indikator tidak menyembunyikan cacat barang ($X_{2,2}$) menunjukkan bahwa 12 responden atau 17,14% menyatakan sangat setuju, 32 responden atau 45,71% menyatakan setuju, 22 responden atau 31,42% menyatakan netral, 4 responden atau 5,8% menyatakan tidak setuju dan 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa tidak adanya pedagang yang menyembunyikan cacat barang yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

- c. Gabungan indikator tidak berbohong dengan kondisi barang dan indikator tidak menyembunyikan cacat barang

Tabel 4.10
tidak berbohong dengan kondisi barang dan
tidak menyembunyikan cacat barang

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	30	42,8%
2	Setuju (S)	23	32,8%
3	Netral (N)	11	15,7%
4	Tidak Setuju (TS)	4	5,8%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2,9%
Jumlah		70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dijelaskan bahwa indikator tidak berbohong dengan kondisi barang dan indikator tidak menyembunyikan cacat barang ($X_{2,3}$) menunjukkan bahwa 30 responden atau 42,8% menyatakan sangat setuju, 23 responden atau 32,8% menyatakan setuju, 11 responden atau 15,7% menyatakan netral, 4 responden atau 5,8% menyatakan tidak setuju dan 2 responden atau 2,9% menyatakan sangat

tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa tidak adanya pedagang yang berbohong dengan kondisi barang dan menyembunyikan cacat barang yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan sangat setuju.

Dari penjelasan di atas, adapun tabel rekapitulasi jumlah jawaban responden mengenai variabel kejujuran (X_2), sebagai berikut:

Tabel 4.11
akumulasi jawaban responden terkait kejujuran

No	Item	Alternatif Jawaban											
		SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X 2.1	17	24,3%	28	40%	23	32,8%	2	2,9%	0	0%	70	100%
2	X 2.2	12	17,14%	32	45,71%	22	31,42%	4	5,8%	0	0%	70	100%
3	X 2.3	30	42,8%	23	32,8%	11	15,7%	4	5,8%	2	2,9%	70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat diketahui bahwa item $X_{2.1}$ merupakan indikator tidak berbohong dengan kondisi barang, item $X_{2.2}$ merupakan Indikator tidak menyembunyikan cacat barang dan $X_{2.3}$ gabungan indikator tidak berbohong dengan kondisi barang dan indikator tidak menyembunyikan cacat barang. Adapun jumlah dan presentasi jawaban responden mengenai kejujuran kebanyakan responden memilih alternatif jawaban setuju dari dua indikator dan jawaban sangat setuju untuk salah satu indikator dari setiap pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan kejujuran mempengaruhi dalam meningkatkan minat beli konsumen.

3. Variabel Ihsan X_3

Variabel ihsan terbagi menjadi dua indikator dengan tiga pernyataan yang penulis cantumkan dalam kuesioner yang diberikan kepada para konsumen di pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan.

- a. Indikator ramah, sopan santun, serta murah senyum dalam melayani konsumen

Tabel 4.12
ramah, sopan santun, serta murah senyum
dalam melayani konsumen

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	19	27,2%
2	Setuju (S)	26	37,2%
3	Netral (N)	19	27,2%
4	Tidak Setuju (TS)	5	7%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dijelaskan bahwa indikator ramah, sopan santun, serta murah senyum dalam melayani konsumen ($X_{3.1}$) menunjukkan bahwa 19 responden atau 27,2% menyatakan sangat setuju, 26 responden atau 37,2% menyatakan setuju, 19 responden atau 27,2% menyatakan netral, 5 responden atau 7% menyatakan tidak setuju dan 1 responden atau 1,4% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa pedagang ramah, sopan santun, serta murah senyum dalam melayani konsumen yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

- b. Indikator ramah, sopan santun, serta murah senyum dalam melayani konsumen dengan pernyataan yang berbeda dari $X_{3.1}$

Tabel 4.13
ramah, sopan santun, serta murah senyum
dalam melayani konsumen dengan pernyataan yang berbeda

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	11	15,7%
2	Setuju (S)	34	48,6%
3	Netral (N)	23	32,8%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2,9%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dijelaskan bahwa indikator ramah, sopan santun, serta murah senyum dalam melayani konsumen dengan pernyataan yang berbeda ($X_{3.2}$) menunjukkan bahwa 11 responden atau 15,7% menyatakan sangat setuju, 34 responden atau 48,6% menyatakan setuju, 23 responden atau 32,8% menyatakan netral, 2 responden atau 2,9% menyatakan tidak setuju dan 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa pedagang ramah, sopan santun, serta murah senyum dalam melayani konsumen yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

- c. Indikator memberikan kelonggaran waktu kepada pihak yang terhutang

Tabel 4.14
memberikan kelonggaran waktu kepada pihak yang terhutang

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	16	22,9%
2	Setuju (S)	33	47,1%

3	Netral (N)	19	27,1%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2,9%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dijelaskan bahwa indikator memberikan kelonggaran waktu kepada pihak yang terhutang ($X_{3.3}$) menunjukkan bahwa 16 responden atau 22,9% menyatakan sangat setuju, 33 responden atau 47,1% menyatakan setuju, 19 responden atau 27,1% menyatakan netral, 2 responden atau 2,9% menyatakan tidak setuju dan 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa pedagang memberikan kelonggaran waktu kepada pihak yang terhutang yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

Dari penjelasan di atas, adapun tabel rekapitulasi jumlah jawaban responden mengenai variabel kejujuran (X_3), sebagai berikut:

Tabel 4.15
akumulasi jawaban responden terkait ihsan

No	Item	Alternatif Jawaban											
		SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X 3.1	19	27,2%	26	37,2%	19	27,2%	5	7%	1	1,4%	70	100%
2	X 3.2	11	15,7%	34	48,6%	23	32,8%	2	2,9%	0	0%	70	100%
3	X 3.3	16	22,9%	33	47,1%	19	27,1%	2	2,9%	0	0%	70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa item $X_{3.1}$ merupakan indikator ramah, sopan santun, serta murah senyum dalam melayani konsumen, item $X_{3.2}$ merupakan Indikator ramah, sopan santun, serta murah senyum dalam melayani konsumen dengan

pernyataan yang berbeda dan $X_{3,3}$ indikator memberikan kelonggaran waktu kepada pihak yang terhutang. Adapun jumlah dan presentasi jawaban responden mengenai ihsan kebanyakan responden memilih alternatif jawaban setuju dari setiap jawaban pernyataan masing-masing indikator. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan ihsan mempengaruhi dalam meningkatkan minat beli konsumen.

4. Variabel Minat Beli Y

Variabel minat beli terbagi menjadi tiga indikator dengan tiga pernyataan yang penulis cantumkan dalam kuesioner yang diberikan kepada para konsumen di pasar Astambul Martapura Kalimantan Selatan.

a. Indikator dorongan dari dalam individu

Tabel 4.16
Dorongan dari dalam individu

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	11	15,7%
2	Setuju (S)	28	40%
3	Netral (N)	28	40%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2,9%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.16 di atas dijelaskan bahwa indikator dorongan dari dalam individu (Y_1) menunjukkan bahwa 11 responden atau 15,7% menyatakan sangat setuju, 28 responden atau 40% menyatakan setuju, 28 responden atau 40% menyatakan netral, 2 responden atau 2,9% menyatakan tidak setuju dan 1 responden atau

1,4% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan dorongan dari dalam individu yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju dan netral.

b. Indikator motif rasional

Tabel 4.17
Motif Rasional

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	13	18,6%
2	Setuju (S)	35	50%
3	Netral (N)	20	28,6%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1,4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1,4%
Jumlah		70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.17 di atas dijelaskan bahwa indikator motif rasional (Y_2) menunjukkan bahwa 13 responden atau 18,6% menyatakan sangat setuju, 35 responden atau 50% menyatakan setuju, 20 responden atau 28,6% menyatakan netral, 1 responden atau 1,4% menyatakan tidak setuju dan 1 responden atau 1,4% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan motif rasional yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

c. Motif Emosional

Tabel 4.18
Motif Emosional

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju (SS)	10	14,3%
2	Setuju (S)	35	50%
3	Netral (N)	23	32,8%

4	Tidak Setuju (TS)	2	2,9%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Jumlah		70	100%

Sumber Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.18 di atas dijelaskan bahwa indikator motif emosional (Y_3) menunjukkan bahwa 10 responden atau 14,3% menyatakan sangat setuju, 35 responden atau 50% menyatakan setuju, 23 responden atau 32,8% menyatakan netral, 2 responden atau 2,9% menyatakan tidak setuju dan 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil menunjukkan bahwa konsumen mendapatkan motif emosional yang dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang berguna untuk mengukur pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Hal itu dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara r hitung dan r tabel. Penentuan nilai r tabel yaitu dengan rumus $df=n-2$, dalam penelitian ini $df=70-2=68$ dengan tingkat signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2352$. Jika r_{hitung} bernilai $> r_{tabel}$ maka item pertanyaan dikatakan valid. Sebaliknya, jika r_{hitung} bernilai $< r_{tabel}$, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.19
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keadilan	X _{1.1}	0,821	0,2352	Valid
	X _{1.2}	0,631	0,2352	Valid
	X _{1.3}	0,837	0,2352	Valid
Kejujuran	X _{2.1}	0,803	0,2352	Valid
	X _{2.2}	0,818	0,2352	Valid
	X _{2.3}	0,794	0,2352	Valid
Ihsan/Murah Hati	X _{3.1}	0,850	0,2352	Valid
	X _{3.2}	0,795	0,2352	Valid
	X _{3.3}	0,811	0,2352	Valid
Minat Beli	Y ₁	0,784	0,2352	Valid
	Y ₂	0,685	0,2352	Valid
	Y ₃	0,632	0,2352	Valid

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.19 di atas dapat disimpulkan bahwa setiap butir dari pertanyaan variabel dinyatakan bahwa seluruhnya valid, karena nilai r_{hitung} masing-masing item pertanyaan nilainya lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,2352.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu uji untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten dilakukan dengan menghitung *cronbach alpha*. Hasil analisis dengan menggunakan bantuan *software* SPSS dapat dilihat dari hasil *cronbach alpha* nya apabila $> 0,60$ maka kuesioner dinyatakan reliabel. Sebaliknya jika hasil *cronbach alpha* $< 0,60$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Tabel 4.20
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Jumlah Indikator	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Minat Beli (Y)	3	0,775	Reliabel
2.	Keadilan (X)	3	0,810	Reliabel

3.	Kejujuran (X2)	3	0,826	Reliabel
4.	Ihsan (X)	3	0,834	Reliabel

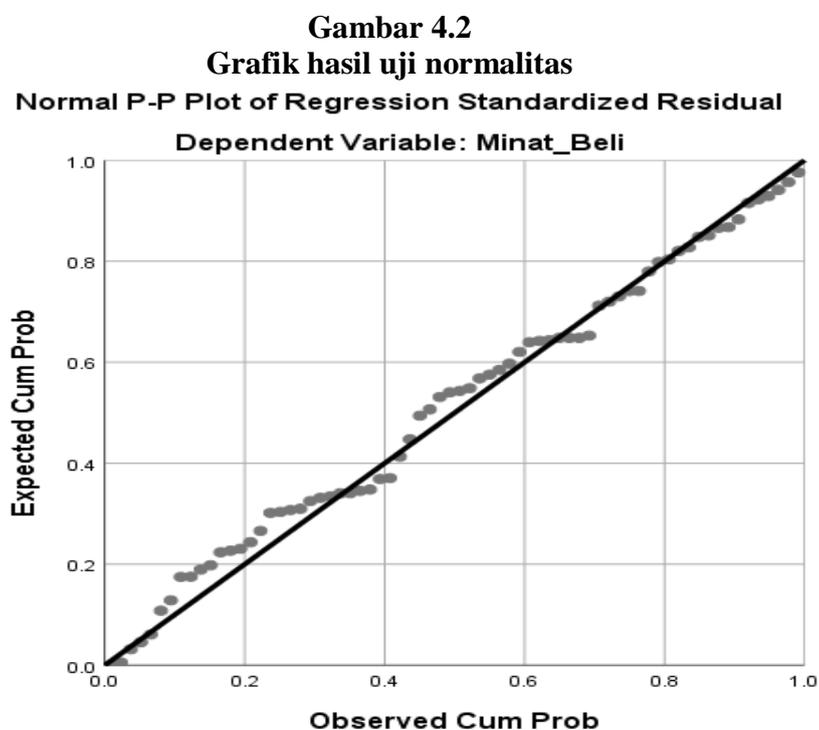
Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.20 di atas dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Karena setiap variabel memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: diolah 2020

Berdasarkan gambar 4.2 di atas dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas diuji dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas atau disebut juga dengan non multikolinieritas. Sebagai pendukung dapat dilihat pula nilai *tolerance* $> 0,1$.

Tabel 4.21
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.220	.422		5.258	.000		
	X1	-.019	.117	-.024	-.164	.870	.590	1.695
	X2	.142	.101	.183	1.404	.165	.722	1.385
	X3	.273	.106	.348	2.575	.012	.669	1.494

a. Dependent Variable: Y

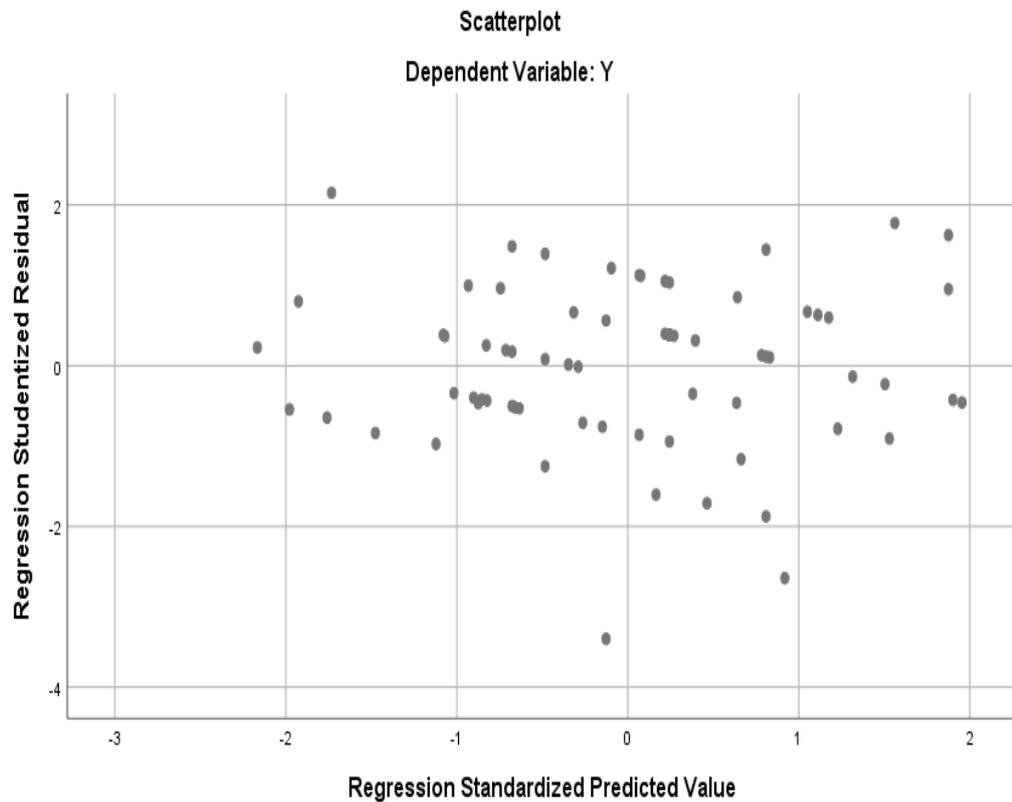
Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.21 di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen yang terdiri dari keadilan, kejujuran dan ihsan telah bebas dari persoalan multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dalam uji regresi dapat diidentifikasi dari pola *scatter plot* diagram dengan melihat titik-titik yang ada apakah membentuk pola tertentu yang teratur maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Namun, apabila titik-titik terpercari tidak beraturan maka tidak ada heteroskedastisitas.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan gambar 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa sebaran titik-titik tidak teratur, ditandai dengan plot yang terpecah dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang mengkhawatirkan terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

4. Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi yaitu untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengujinya dapat dilakukan dengan melakukan uji Durbin Watson.

Tabel 4.22
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.439 ^a	.192	.156	.50930	2.199

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.22 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 2.199 dan angka DW berada diantara $du < d < 4-du$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada terjadi autokorelasi dalam penelitian ini.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui variabel etika bisnis islam mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen yang berbelanja di pasar Astambul yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan signifikansi 95% / 0,05. Jika t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan sebaliknya jika t hitung < t tabel maka Ho diterima. Adapun t tabel = $t(a/2; n-k-1) = t(0,025; 66) = 1,996$.

Tabel 4.23
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.219	.422		5.259	.000
	Keadilan	-.006	.039	-.023	-.161	.872
	Kejujuran	.047	.034	.182	1.402	.166
	Ihsan	.091	.035	.348	2.578	.012

a. Dependent Variable: Minat_Beli
Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.23 dapat diketahui bahwa :

- 1) Variabel Keadilan (X_1) nilai t hitung sebesar -0,161 sedangkan t tabel sebesar 1,996 dengan signifikansi 0,872. Karena t hitung < t tabel (-0,161 < 1,996) atau sig t (0,872 > 0,05), maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel keadilan (X_1) terhadap minat beli konsumen di pasar Astambul.

2) Variabel Kejujuran (X_2) nilai t hitung sebesar 1,402 sedangkan t tabel sebesar 1,996 dengan signifikansi 0,166. Karena t hitung < t tabel ($1,402 < 1,996$) atau sig t ($0,166 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel kejujuran (X_2) terhadap minat beli konsumen di pasar Astambul.

3) Variabel Ihsan / Murah Hati (X_3) nilai t hitung sebesar 2,578 sedangkan t tabel sebesar 1,996 dengan signifikansi 0,012. Karena t hitung > t tabel ($2,578 > 1,996$) atau sig t ($0,012 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel ihsan / murah hati (X_3) terhadap minat beli konsumen di pasar Astambul.

b. Uji F (Uji Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apabila semua variabel bebas keadilan, kejujuran, ihsan/murah hati secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat minat beli konsumen (Y) di pasar Astambul. $F \text{ tabel} = F(k : n-k) = F(3 : 67) = 2,74$ Hasil output perhitungan regresi sebagai berikut:

- 1) Jika tingkat signifikansi > 5% dan F hitung > F tabel, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
- 2) Jika tingkat signifikansi < 5% dan F hitung > F tabel, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.24
Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.083	3	1.361	5.248	.003 ^b
	Residual	17.116	66	.259		
	Total	21.198	69			

a. Dependent Variable: Minat_Beli

b. Predictors: (Constant), Ihsan, Kejujuran, Keadilan

Sumber: Data diolah, 2020

Hasil pengujian signifikansi simultan nilai regresi sebesar 0,003.

Tingkat signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dan F hitung = 5,248

> F tabel = 2,74, maka dapat disimpulkan bahwa keadilan, kejujuran,

ihsan/murah hati secara simultan berpengaruh terhadap minat beli

konsumen diterima.