

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Banjarmasin adalah ibu kota provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Banjarmasin yang dijuluki kota seribu sungai ini memiliki wilayah seluas 98,46 km² yang wilayahnya merupakan delta atau kepulauan yang terdiri dari sekitar 25 buah pulau kecil (delta) yang dipisahkan oleh sungai-sungai di antaranya pulau Tatas, pulau Kelayan, pulau Rantauan Keliling, pulau Insan dan lain-lain. Berdasarkan data BPS kota Banjarmasin Tahun 2016, Banjarmasin memiliki penduduk sebanyak 675.440 jiwa dengan kepadatan 9.381 jiwa per km². Wilayah metropolitan Banjarmasin yaitu Banjar Bakula memiliki penduduk sekitar 1,9 juta jiwa.

Kota Banjarmasin terletak pada 3^o15' sampai 3^o15' Lintang Selatan dan 114^o32' Bujur Timur, ketinggian tanah asli berada pada 0,16 m di bawah permukaan laut dan hampir seluruh wilayah digenangi air pada saat pasang. Kota Banjarmasin berlokasi daerah kuala sungai Martapura yang bermuara pada sisi timur Sungai Barito. Letak Kota Banjarmasin nyaris di tengah-tengah Indonesia. Mayoritas penduduk kota Banjarmasin berasal dari etnis Banjar (79,26%). Penduduk asli yang mendiami Banjarmasin adalah orang Banjar Kuala yang memiliki budaya sungai dengan interaksi masyarakat yang sangat

kuat terhadap sungai dalam kegiatan sosial maupun ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari adanya pasar terapung yang menjadi salah satu objek wisata andalan kota Banjarmasin. Di Banjarmasin juga banyak terdapat orang banjar pehuluan yang berasal dari Benua Anam serta orang Banjar dari daerah-daerah lain di Kalimantan Selatan. Kota Banjarmasin terdiri atas 5 kecamatan, yaitu:

1. Banjarmasin Barat : 13,37 km²
2. Banjarmasin Selatan : 20,18 km²
3. Banjarmasin Tengah : 11,66 km²
4. Banjarmasin Timur : 11,54 km²
5. Banjarmasin Utara : 15,25 km²

Etnis minoritas tersebar yang cukup mudah ditemui di Banjarmasin yaitu etnis Jawa (10,27%), Madura (3,17%) dan keturunan Tionghoa (1,56%). Orang Jawa di Banjarmasin dapat ditemui di hampir semua kawasan dan umumnya telah membaur dengan orang Banjar, sedangkan orang madura lebih mengelompok dengan mendiami beberapa kantong pemukiman seperti di Kampung Gadang, Pekapuran, Kelayan dan Pemurus Baru. Sedangkan pemukiman keturunan Tionghoa di Banjarmasin berada di Jalan Veteran. Etnis-etnis lainnya yang terdapat di Banjarmasin yaitu etnis Dayak (dari Bakumpai, Meratus dan Kalimantan Tengah), Bugis (dari Tanah Bumbu, Kotabaru dan Sulawesi), Sunda, Batak dan lain-lain. (Lesa, 2018, hal. 71)

2. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat kota Banjarmasin yang memenuhi

kriteria yaitu masyarakat kota Banjarmasin yang pernah menggunakan Henna Fathiah. Hasil kuesioner yang dibagikan adalah 100 responden. Kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang sangat penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Karakteristik yang dimaksud adalah:

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	F	%
1	Laki-Laki	0	0%
2	Perempuan	100	100%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menyatakan bahwa responden laki-laki adalah sebanyak 0 orang atau 0% dan responden perempuan adalah 100 orang atau 100%. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan Henna dalam penelitian ini semuanya perempuan.

Dalam kehidupan nyata terkadang perbedaan jenis kelamin membuat orang memberikan reaksi berbeda dalam menyikapi hal-hal yang terjadi. (Winarto, 2008, hal. 118). Sehingga laki-laki saat menikah tidak akan menggunakan Henna melainkan hanya menggunakan inai/pacar kuku, sedangkan perempuan cenderung pasti menggunakan Henna saat menikah. Dalam kehidupan nyata kita memang bisa melihat kondisi dimana perempuan suka mempercantik tangannya bukan hanya untuk acara pernikahan saja, melainkan untuk acara-acara santai.

b. Usia Responden

Tabel 4. 2Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	%
1	≤20	17	17%
2	21-35	82	82%
3	36-50	1	1%
4	>50	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa kelompok usia responden yang terbanyak adalah berkisar antara 21-35 tahun yaitu sebanyak 82 orang atau 82%, setelah itu berkisar antara kurang dari sama dengan 20 tahun yaitu sebanyak 17 orang atau 17%, kemudian responden yang memiliki usia berkisar antara 36-50 tahun yaitu sebanyak 1 orang atau 1%, dan kelompok usia responden yang lebih 50 tahun yaitu 0 orang atau 0%. Jadi bisa disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas berusia antara 21-35 tahun.

Perbedaan usia mempengaruhi tingkat partisipasi masyarakat, masyarakat yang berusia antara 21-35 tahun bisa dikatakan masuk dalam kategori dewasa yang masuk dalam kategori gemar mempercantik tangan dengan menggunakan henna.

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4. 3Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah	%
1	PNS	5	5%
2	Karyawan Swasta	33	33%
3	Pelajar/Mahasiswa	28	28%
4	Wiraswasta	10	10%
5	Lainnya	24	24%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa kelompok pekerjaan responden yang terbanyak adalah karyawan swasta dengan jumlah 33 orang atau 33%, kemudian pelajar/mahasiswa berjumlah 28 orang atau 28%, lainnya berjumlah 4 orang atau 24%, wiraswasta berjumlah 10 orang atau 10%, dan PNS 5 orang atau 5%. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini mayoritas adalah karyawan swasta.

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibeli. (Philip, 1997, hal. 150). Pegawai swasta kebanyakan memiliki gaji dengan standar UMR, sehingga pendapatan tersebut dapat dengan mudah digunakan untuk jasa henna.

d. Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 4Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	%
1	SD	0	0%
2	SMP	5	5%
3	SMA	64	64%
4	D3	3	3%
5	S1	25	25%
6	S2	3	3%
7	S3	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat kelompok pendidikan terakhir didominasi oleh SMA sebesar 64%, selanjutnya 25% untuk S1, 5% untuk SMP, 0% untuk SD dan S3 dan terakhir S2 dan D3 sebanyak 3%. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini mayoritas adalah pendidikan terakhir SMA.

e. Status Responden

Tabel 4. 5Karakteristik Responden Berdasarkan Status Responden

No.	Pendapatan	Jumlah	%
1	Pernah Menikah/Janda	70	70%
2	Belum Menikah	30	30%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat kelompok status didominasi oleh pernah menikah/ janda sebanyak 70%, dan 30% untuk belum menikah. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini mayoritas adalah pernah menikah/janda.

f. Pendapatan Perbulan Responden

Tabel 4. 6Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan Responden

No.	Pendapatan	Jumlah	%
1	< Rp. 1.000.000	35	35%
2	Rp. 1.000.000 - 2.000.000	33	33%
3	Rp. 2.000.000 - 3.000.000	18	18%
4	>Rp. 3.000.000	14	14%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa kelompok pendapatan perbulan responden yang terbanyak adalah kurang dari Rp1.000.000 perbulan yaitu 35 orang atau 35%, setelah itu kelompok dengan pendapatan Rp1.000.000 - 2.000.000 sebanyak 33 orang atau 33%, kemudian pendapatan Rp2.000.000 - 3.000.000 sebanyak 18 orang atau 18 persen, dan pendapatan lebih dari Rp3.000.000 sebanyak 14 orang atau 14%. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini mayoritas pendapatannya sebesar kurang dari Rp. 1.000.000

Pendapatan atau *income* adalah orang yang diterima oleh seseorang dari perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, dan laba juga termasuk

beragam tunjangan, seperti kesehatan dan pensiun. Berdasarkan penggolongannya, Badan Pusat Statistik (BPS) membedakan pendapatan menjadi 4 golongan adalah: (Dzihan, 2019, hal. 73)

- 1) Golongan pendapatan sangat tinggi, adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp. 3.500.000 per bulan
- 2) Golongan pendapatan tinggi, adalah jika pendapatan rata-rata antara 2.500.000 s/d 3.500.000 per bulan
- 3) Golongan pendapatan sedang, adalah jika pendapatan rata-rata antara 1.500.000 s/d 2.500.000 per bulan
- 4) Golongan pendapatan rendah, adalah jika pendapatan rata-rata 1.500.000 per bulan.

Dalam penelitian memperlihatkan bahwa rentang pendapatan terbesar perbulan responden sebesar kurang dariRp. 1.000.000 jadi, mayoritas responden dalam penelitian di kota Banjarmasin adalah masyarakat dengan golongan pendapatan rendah.

3. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada para responden, maka gambaran mengenai pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Henna Fathiah di Kota Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Nilai(X_1)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel nilai dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 7Jasa Henna Fathiah memberikan layanan yang memuaskan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	2	2%
4	Setuju (S)	31	31%
5	Sangat Setuju (SS)	67	67%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathaih, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 67%, kemudian disusul jawaban setuju 31%, kemudian yang menjawab netral 2%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Jasa Henna Fathiah memberikan layanan yang memuaskan.

Tabel 4. 8Ukiran Jasa Henna Fathiah Dalam Pembuatan Henna Rapi dan Jelas

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	5	5%
4	Setuju (S)	43	43%
5	Sangat Setuju (SS)	52	52%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 52%, kemudian disusul jawaban setuju 43%, kemudian yang menjawab netral sebanyak 5%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju sebanyak 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Ukiran Jasa Henna Fathiah Dalam Pembuatan Henna Rapi dan Jelas.

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator penampilan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 9Jasa Fathiah Membuat Tangan Seseorang Menjadi Cantik Dengan Ukiran yang Di Buat.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	4	4%
4	Setuju (S)	34	34%
5	Sangat Setuju (SS)	63	63%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 63%, kemudian disusul jawaban setuju sebanyak 34%, kemudian yang menjawab netral 4%, dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan

jika mayoritas responden sangatsetuju dengan pernyataan Jasa fathiah membuat tangan seseorang menjadi cantik dengan ukiran yang di buat.

Tabel 4. 10Penggunaan Jasa Henna Fathiah lagi.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	9	9%
4	Setuju (S)	50	50%
5	Sangat Setuju (SS)	41	41%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 50%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 41%, kemudian yang menjawab netral 9%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan Penggunaan Jasa Henna Fathiah lagi.

Tabel 4. 11Kualitas jasa henna Fathiah tidak kalah dengan jasa henna yang lain

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	1	1%
3	Netral (N)	2	2%
4	Setuju (S)	44	44%
5	Sangat Setuju (SS)	53	53%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 53%, kemudian disusul jawaban setuju 44%, kemudian yang menjawab netral 2%, dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Kualitas jasa henna Fathiah tidak kalah dengan jasa henna yang lain.

b. Penjelasan Responden terhadap Variabel Harga (X_2)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel harga dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 12 Keterjangkauan harga di jasa Henna Fathiah.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	17	17%
4	Setuju (S)	38	38%
5	Sangat Setuju (SS)	45	45%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 45%, kemudian disusul jawaban setuju sebanyak 38%, kemudian yang menjawab sangat netral 17%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika

mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Keterjangkauan harga di jasa Henna Fathiah.

Tabel 4. 13 Lebih murah dari pesaing.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	20	20%
4	Setuju (S)	43	43%
5	Sangat Setuju (SS)	37	37%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 43%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 37%, kemudian yang menjawab sangat netral 20%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan lebih murah dari pesaing.

Tabel 4. 14 Banyak potongan harga jika ambil paketan.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	8	8%
4	Setuju (S)	51	51%

5	Sangat Setuju (SS)	42	42%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 51%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 42%, kemudian yang menjawab netral sebanyak 8%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju sebanyak 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan banyak potongan harga jika ambil paketan.

Tabel 4. 15Pembayaran secara tunai/langsung dibayar ditempat.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	6	6%
4	Setuju (S)	39	39%
5	Sangat Setuju (SS)	55	55%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 55%, kemudian disusul jawaban setuju 39%, kemudian yang menjawab netral 6%, dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika

mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Pembayaran secara tunai/langsung dibayar ditempat.

Tabel 4. 16Harga terjangkau, tidak mengurangi kualitas jasa henna Fathiah.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	6	6%
4	Setuju (S)	41	41%
5	Sangat Setuju (SS)	53	53%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 53%, kemudian disusul jawaban setuju 41%, kemudian yang menjawab netral 6%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Harga terjangkau, tidak mengurangi kualitas jasa henna Fathiah.

c. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik(X_3)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel Bukti Fisik dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 17 Perlengkapan henna tersusun rapi.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	8	8%
4	Setuju (S)	40	40%
5	Sangat Setuju (SS)	52	52%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 52%, kemudian disusul jawaban setuju 40%, kemudian yang menjawab netral 8%, responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Perlengkapan henna tersusun rapi.

Tabel 4. 18 Peralatan henna yang digunakan terjaga kebersihannya.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	4	4%
4	Setuju (S)	47	47%
5	Sangat Setuju (SS)	49	49%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 49%, kemudian disusul jawaban setuju 47%, kemudian yang menjawab netral 4%, responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan Peralatan henna yang digunakan terjaga kebersihannya.

Tabel 4. 19 Bahan henna yang digunakan tahan lama di kulit.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	1%
2	Tidak setuju (TS)	1	11%
3	Netral (N)	12	12%
4	Setuju (S)	44	44%
5	Sangat Setuju (SS)	43	43%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 44%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 43%, kemudian yang menjawab netral 12%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan Bahan henna yang digunakan tahan lama di kulit.

Tabel 4. 20Bahan henna yang digunakan aman dan tidak akan membuat alergi.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	9	9%
4	Setuju (S)	41	41%
5	Sangat Setuju (SS)	50	50%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 50%, kemudian disusul jawaban setuju 41%, kemudian yang menjawab netral 9%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Bahan henna yang digunakan aman dan tidak akan membuat alergi.

Tabel 4. 21Tangan akan terlihat cantik karena diukir dengan henna lalu dipasangkan mutiara, glitter, dan kuku palsu.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	8	8%
4	Setuju (S)	38	38%
5	Sangat Setuju (SS)	54	54%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 54%, kemudian disusul jawaban setuju 38%, kemudian yang menjawab netral 8%, responden yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Tangan akan terlihat cantik karena diukir dengan henna lalu dipasangkan mutiara, *glitter*, dan kuku palsu.

d. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Keandalan(X₄)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel keandalan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 22 Saya merasa jasa henna Fathiah cepat dalam menangani masalah dalam pengukiran henna

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	6	6%
4	Setuju (S)	44	44%
5	Sangat Setuju (SS)	50	50%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathaih, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 50%, kemudian disusul jawaban setuju 44%, kemudian yang menjawab netral 6%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Saya merasa jasa henna Fathiah cepat dalam menangani masalah dalam pengukiran henna.

Tabel 4. 23 Mampu menjelaskan tentang henna jika konsumen kurang mengerti

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	4	4%
4	Setuju (S)	51	51%
5	Sangat Setuju (SS)	45	45%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 51%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 45%, kemudian yang menjawab netral 4%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden netral dengan pernyataan Mampu menjelaskan tentang henna jika konsumen kurang mengerti.

Tabel 4. 24Tepat waktu saat sudah disepaki akan bertemu.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	2	2%
3	Netral (N)	11	11%
4	Setuju (S)	40	40%
5	Sangat Setuju (SS)	47	47%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangatsetuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 47%, kemudian disusul jawaban setuju 40%, kemudian yang menjawab netral 11%, dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Tepat waktu saat sudah disepaki akan bertemu.

Tabel 4. 25 Saya merasa jasa henna Fathiah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	2	2%
4	Setuju (S)	47	47%
5	Sangat Setuju (SS)	51	51%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 51%, kemudian disusul jawaban setuju 47%, kemudian yang menjawab sangat netral 2%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan Saya merasa jasa henna Fathiah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Tabel 4. 26 Jasa henna Fathiah memberikan solusi, misal warna henna apa yang cocok untuk kulit kuning langsung

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	4	4%
4	Setuju (S)	48	48%
5	Sangat Setuju (SS)	48	48%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju dan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 48%, kemudian disusul jawaban netral 4%, dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dan sangat setuju dengan pernyataan Jasa henna Fathiah memberikan solusi, misal warna henna apa yang cocok untuk kulit kuning langsung.

e. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Ketanggapan(X_5)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel ketanggapan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 27Cepat tanggap jika ada yang bertanya/kurang mengerti.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	6	6%
4	Setuju (S)	42	42%
5	Sangat Setuju (SS)	52	52%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangatsetuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 52%, kemudian disusul jawaban setuju 42%, kemudian yang menjawab netral 6%, dilanjutkan

oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Cepat tanggap jika ada yang bertanya/kurang mengerti.

Tabel 4. 28Cepat tanggap saat ada yang bertanya di Sosial Media.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	2	2%
3	Netral (N)	10	10%
4	Setuju (S)	50	50%
5	Sangat Setuju (SS)	39	39%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 50%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 39%, kemudian yang menjawab netral 10%, dan responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan Cepat tanggap saat ada yang bertanya di *Sosial Media*.

Tabel 4. 29Mendengarkan keluhan dari konsumen dan menanggapi sesuai dengan keinginan konsumen.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	1	1%
3	Netral (N)	11	11%
4	Setuju (S)	40	40%
5	Sangat Setuju (SS)	48	48%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 48%, kemudian disusul jawaban setuju 40%, kemudian yang menjawab netral 11%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Mendengarkan keluhan dari konsumen dan menanggapi sesuai dengan keinginan konsumen.

Tabel 4. 30 Adanya jaminan jika terjadi kesalahan dalam pelayanan.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	15	15%
4	Setuju (S)	56	56%
5	Sangat Setuju (SS)	29	29%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 56%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 29%, kemudian yang menjawab netral 15%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan Adanya jaminan jika terjadi kesalahan dalam pelayanan.

Tabel 4. 31 Merasa jasa henna Fathiah mengerti keinginan konsumen.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	6	6%
4	Setuju (S)	51	51%
5	Sangat Setuju (SS)	44	44%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 51%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 44%, kemudian yang menjawab netral 6%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan Merasa jasa henna Fathiah mengerti keinginan konsumen.

f. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Keputusan pembelian (Y)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 32Saya pernah menggunakan jasa henna Fathiah, dan saya akan menggunakannya lagi

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	8	8%
4	Setuju (S)	45	45%
5	Sangat Setuju (SS)	47	47%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 47%, kemudian disusul jawaban setuju 45%, kemudian yang menjawab sangat netral 8%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Saya pernah menggunakan jasa henna Fathiah, dan saya akan menggunakannya lagi.

Tabel 4. 33Sebelum saya menggunakan jasa henna lagi, saya sudah tahu kualitasnya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	1	2%
2	Tidak setuju (TS)	0	10%
3	Netral (N)	7	30%
4	Setuju (S)	46	38%
5	Sangat Setuju (SS)	46	20%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju dan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 46%, kemudian disusul jawaban netral 7%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dan setuju dengan pernyataan Sebelum saya menggunakan jasa henna lagi, saya sudah tahu kualitasnya.

Tabel 4. 34Dengan menggunakan jasa henna Fathiah kembali, saya telah menjatuhkan pilihan pada produk/jasa yang terbaik

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	8	8%
4	Setuju (S)	47	47%

5	Sangat Setuju (SS)	45	45%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 47%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 45%, kemudian yang menjawab netral 8%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan Dengan menggunakan jasa henna Fathiah kembali, saya telah menjatuhkan pilihan pada produk/jasa yang terbaik.

Tabel 4. 35 Saya melakukan pengambilan keputusan ulang secara sadar, terencana dan tanpa paksaan.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	0%
2	Tidak setuju (TS)	0	0%
3	Netral (N)	4	4%
4	Setuju (S)	56	56%
5	Sangat Setuju (SS)	45	45%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 56%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 45%, kemudian yang menjawab netral 4%, dan responden yang

menjawab tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan Saya melakukan pengambilan keputusan ulang secara sadar, terencana dan tanpa paksaan.

Tabel 4. 36 Dengan kualitas layanan yang dimiliki jasa henna Fathiah tersebut, saya merekomendasikan kepada keluarga dan teman-teman saya.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat tidak setuju (STS)	0	4%
2	Tidak setuju (TS)	0	9%
3	Netral (N)	5	36%
4	Setuju (S)	38	34%
5	Sangat Setuju (SS)	57	17%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah, Fathiah, 2021.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan sangat setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 57%, kemudian disusul jawaban setuju 38%, kemudian yang menjawab netral 5%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 0% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan Dengan kualitas layanan yang dimiliki jasa henna Fathiah tersebut, saya merekomendasikan kepada keluarga dan teman-teman saya.

B. Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada item dengan skor total itemnya. Valid tidaknya butir item pertanyaan variabel dapat dilihat dengan membandingkan nilai r hitung > r tabel. Suatu pernyataan dikatakan valid jika *Product moment pearson* dimana r hitung lebih besar daripada r tabel. Menentukan derajat bebas (*degree of freedom*=df) diperoleh dari jumlah sampel atau responden dikurangi 2 ($df= N-2$), $N= 100$ maka $df= 100-2=98$ dengan tingkat signifikansi 5%.

Dari jumlah 100 sampel, diperoleh $df=98$ dan r tabel = 0,1966 (dapat dilihat pada lampiran r tabel). Jika r hitung positif, serta r hitung > r tabel, maka butir item tersebut dapat dinilai valid. Sebaliknya jika r hitung < r tabel, maka butir item tersebut tidak valid. Berikut adalah hasil dari uji validitas penelitian dengan bantuan SPSS 22 *for windows* pada tabel di bawah ini (dapat dilihat dilampiran).

Tabel 4. 37 Hasil Uji Validitas Instrumen Data

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Nilai	1	0,216	0,1996	Valid
	2	0,2000	0,1996	Valid
	3	0,301	0,1996	Valid
	4	0,211	0,1996	Valid
	5	0,201	0,1996	Valid
Harga	6	0,256	0,1996	Valid
	7	0,230	0,1996	Valid
	8	0,240	0,1996	Valid
	9	0,222	0,1996	Valid
	10	0,248	0,1996	Valid
Bukti Fisik	11	0,841	0,1996	Valid
	12	0,1997	0,1996	Valid
	13	0,217	0,1996	Valid
	14	0,256	0,1996	Valid
	15	0,319	0,1996	Valid

Keandalan	16	0,197	0,1996	Valid
	17	0,725	0,1996	Valid
	18	0,660	0,1996	Valid
	19	0,491	0,1996	Valid
	20	0,217	0,1996	Valid
Ketanggapan	21	0,960	0,1996	Valid
	22	0,208	0,1996	Valid
	23	0,721	0,1996	Valid
	24	0,207	0,1996	Valid
	25	0,662	0,1996	Valid
Keputusan Pembelian	26	0,1999	0,1996	Valid
	27	0,262	0,1996	Valid
	28	0,256	0,1996	Valid
	29	0,752	0,1996	Valid
	30	0,759	0,1996	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, Fathiah, 2021 (Data diolah) lihat lampiran.

Dari data di atas, sebagian nilai r hitung dari semua item lebih besar dari r tabel (0,1996). Ini berarti hasil uji validitas menunjukkan bahwa ada semua butir item valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Menggunakan batasan 0,6 dapat ditentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $>0,6$. Berikut uji reliabilitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 22 *for windows*.

Dari uji reliabilitas di dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel adalah 0,938 sehingga lebih besar dari standar penerimaan yaitu sebesar 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa semua item dapat dinyatakan reliabel.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi tersebut variabel dependen, variabel independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing masing variabel tetapi pada nilai residualnya.(Wiratna, 2015, hal. 52). Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam

penelitian. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov test (1-Sampel K-S).

Tabel 4. 38 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,81250482
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,069
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,182 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

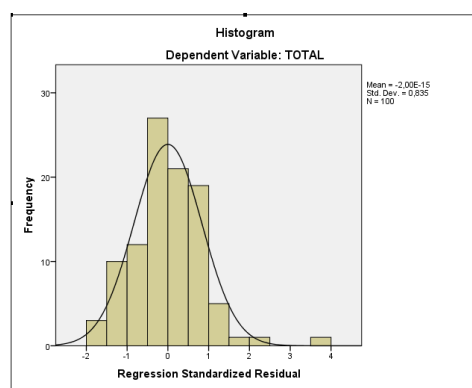
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Penelitian, Fathiah, 2021 (Data diolah)

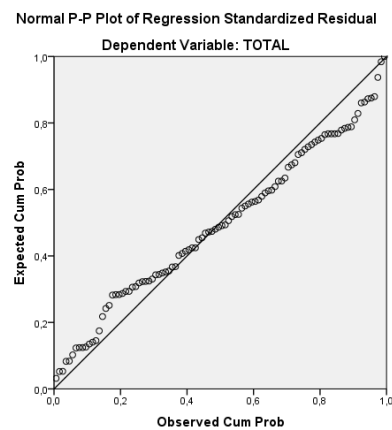
Berdasarkan hasil uji normalitas dengan rumus Sampel Kolmogorov-Smirnov test dalam tabel 1.34 di atas, diperoleh nilai sig. Sebesar 0,182 lebih besar dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa data berdistribusi normal.

Grafik uji histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Dalam uji ini dapat diketahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak berdasarkan kemencengan grafik, baik ke kiri maupun ke kanan. Pada dasarnya uji normalitas dengan grafik histogram dapat dikenali dengan melihat persebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik residualnya.

- a) Data dikatakan berdistribusi normal, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, diagonal atau grafik histogramnya.
- b) Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal, jika data menyebar jauh atau tidak mengikuti garis diagonal grafik histogramnya.



Gambar 4. 1hasil Uji Histogram



Gambar 4. 2Uji P-plot

Sumber: Hasil Penelitian, Fathiah, 2021 (Data diolah)

Berdasarkan gambar 4.1 di atas di mana grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng yang kiri artinya data berdistribusi normal. Selanjutnya gambar 4.2 (P.plot) terlihat titik-titik mengikuti garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara

memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas melalui uji glejser yang dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Ada beberapa ketentuan yaitu:

- 1) Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih kecil dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 39 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,308	8,282		1,728	,089
	Layanan	,423	1,109	,049	,381	,704
	Ukiran	-1,290	1,116	-,166	-1,156	,252
	Cantik	-,004	1,235	-,001	-,003	,997
	Jasa	,491	1,079	,069	,455	,650
	TidakKalah	-,645	1,039	-,085	-,621	,537
	X2.1	-,722	,959	-,120	-,753	,454
	X2.2	-,291	1,080	-,048	-,270	,788
	X2.3	,604	1,017	,084	,594	,555
	X2.4	1,011	1,321	,138	,765	,447
	X2.5	-,525	1,186	-,071	-,443	,659
	X3.1	,987	1,145	,137	,861	,392
	X3.2	-,910	1,262	-,117	-,721	,473
	X3.3	-,572	1,159	-,090	-,494	,623
	X3.4	1,880	1,376	,267	1,366	,176
	X3.5	,365	1,155	,051	,316	,753
	X4.1	,510	1,270	,069	,402	,689
	X4.2	-,552	1,240	-,070	-,445	,658
	X4.3	,432	,896	,073	,483	,631
	X4.4	-1,120	1,322	-,135	-,847	,400
	X4.5	,569	1,389	,073	,410	,683
	X5.1	,263	1,485	,035	,177	,860
	X5.2	,593	1,124	,090	,528	,599
	X5.3	1,548	1,064	,248	1,455	,150
	X5.4	-,080	1,032	-,012	-,077	,939
	X5.5	-1,340	,987	-,179	-1,357	,179
	X6.1	,265	1,089	,037	,243	,808
	X6.2	-2,412	1,113	-,378	-2,167	,034
	X6.3	2,754	1,227	,386	2,245	,028
	X6.4	-1,387	1,035	-,152	-1,340	,185
	X6.5	-2,773	,866	-,367	-3,201	,002

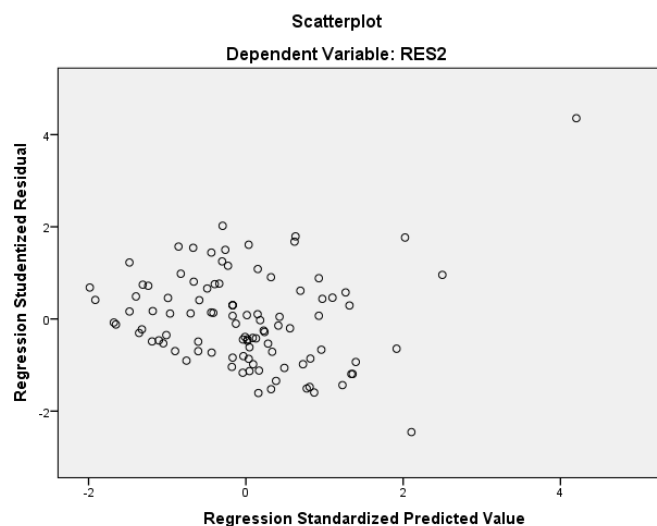
a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil Penelitian, Fathiah, 2021 (Data diolah)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dalam tabel 4.29 di atas,.
Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut hasil heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada scatterplots, penelitian ini menggunakan SPSS 22 *for windows* pada gambar dibawah ini:

Gambar 4. 3 Hasil Uji heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Penelitian, Fathiah, 2021 (Data diolah)

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan di mana ada hubungan linear secara sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independent dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari

masalah multikolinearitas. Variabel yang menyebabkan tidak terjadinya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF yang lebih kecil dari nilai 10. Nilai VIF dan *tolerance* dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. 40 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	<i>Tolerance</i>	Keterangan
Nilai (X ₁)	2,043	0,490	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga (X ₂)	2,874	0,348	Tidak terjadi multikolinearitas
Bukti Fisik (X ₃)	2,832	0,353	Tidak terjadi multikolinearitas
Keandalan (X ₄)	3,963	0,252	Tidak terjadi multikolinearitas
ketanggapan (X ₅)	3,332	0,300	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil Penelitian, Fathiah, 2021 (Data diolah) lihat lampiran

Berdasarkan uji multikolinearitas dalam tabel 1.36 di atas, diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,490 untuk nilai, 0,348 untuk harga, 0,353 untuk bukti fisik, 0,252 untuk keandalan, dan 0,300 untuk ketanggapan, berarti angka tersebut lebih besar dari 0,1. Sedangkan VIF diperoleh sebesar 2,043 untuk nilai, 2,874 untuk harga, 2,832 untuk bukti fisik, 3,963 untuk keandalan, dan 3,332 untuk ketanggapan, berarti angka tersebut lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas yang artinya tidak ada hubungan antara variabel bebas.

3. Analisa Regresi Linear Berganda

Perhitungan regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows*. Berikut adalah rumus Regresi Linear Berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terkait (*dependent*) yaitu keputusan pembelian

a : Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 : Kofisien regresi

X_1 : Variabel bebas (*independent*) yaitu nilai

X_2 : Variabel bebas (*independent*) yaitu harga

X_3 : Variabel bebas (*independent*) yaitu bukti fisik

X_4 : Variabel bebas (*independent*) yaitu keandalan

X_5 : Variabel bebas (*independent*) yaitu ketanggapan

e : Multiple regression/error

berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows* berikut hasil perhitungan uji regresi linear berganda pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 41 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-11,783	3,758		-3,135	,002		
	totalX1	,311	,223	,146	1,395	,166	,490	2,043
	totalX2	,475	,206	,286	2,307	,023	,348	2,874
	totalX3	,055	,216	,032	,256	,799	,353	2,832
	totalX4	,440	,281	,228	1,565	,121	,252	3,963
	totalX5	,188	,226	,111	,832	,408	,300	3,332

a. Dependent Variable: Independet

Sumber: Hasil Penelitian, Fathiah, 2021 (Data diolah)

Persamaan Regresi Linear Berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

$$Y = -11,783 + 0,311X_1 + 0,475X_2 + 0,055X_3 + 0,440X_4 + 0,188X_5 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. konstanta

nilai konstanta adalah -11,783. hal ini berarti jika nilai (x_1), harga (x_2), bukti fisik (x_3), keandalan (x_4), dan ketanggapan (x_5) bernilai 0, maka keputusan pembelian bernilai positif yaitu 8,001.

b. Nilai (X_1)

Nilai koefisien regresi variabel nilai bernilai positif yaitu 0,311 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor nilai mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,311 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

c. Harga (X_2)

Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif yaitu 0,475 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor harga mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,475 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor harga turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,475.

d. Bukti Fisik (X_3)

Nilai koefisien regresi variabel bukti fisik bernilai positif yaitu 0,055 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor bukti fisik mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,055 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor bukti fisik turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,055.

e. Keandalan (X_4)

Nilai koefisien regresi variabel keandalan bernilai positif yaitu 0,440 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor keandalan mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,440 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor *power* turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,440.

4. Ketanggapan (X_5)

Nilai koefisien regresi variabel keandalan bernilai positif yaitu 0,188 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor keandalan mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,188 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor ketanggapan turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,188.

5. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel nilai, harga, bukti fisik, keandalan dan ketanggapan maka dilakukan pengujian-pengujian yaitu uji koefisien determinasi, uji F (uji simultan) dan uji t (uji signifikansi parsial).

a. Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Hasil analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dapat dilihat pada output Model Summary dari hasil analisis Regresi Linear Berganda. Regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R²* sebagai koefisien determinasi. *Adjusted R square* adalah nilai *R square* yang telah disesuaikan.

Tabel 4. 42 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,704 ^a	,496	,469	3,01551

a. Predictors: (Constant), totalX5, totalX1, totalX2, totalX3, totalX4

Sumber: Hasil Penelitian, Fathiah, 2021 (Data diolah)

Berdasarkan *output* di atas, nilai *Adjusted R square* menunjukkan angka sebesar 0,469 atau 46,9%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel bebas (nilai, harga, bukti fisik, keandalan dan ketanggapan) terhadap variabel tergantung (keputusan pembelian) sebesar 46,9%, variasi variabel

tergantung. Sedangkan sisanya 53,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel nilai, harga, bukti fisik, keandalan dan ketanggapan berpengaruh secara simultan terhadap variabel terkait Keputusan Pembelian pada jasa Henna Fathiah di Kota Banjarmasin.

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara simultan yang signifikan dari nilai, harga, bukti fisik, keandalan dan ketanggapan terhadap keputusan pembelian.

H_1 : ada pengaruh secara simultan yang signifikan dari nilai, harga, bukti fisik, keandalan dan ketanggapan terhadap keputusan pembelian pada jasa Henna di Kota Banjarmasin

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,005

Degree of freedom (df) = (k-1) (n – k -1)

H_0 diterima dan H_a ditolak, Jika $F_{hitung} \leq F_{table}$ atau $sig. > \alpha$

H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $F_{hitung} > F_{table}$ atau $sig. \leq \alpha$

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel ANOVA. H_0 ditolak jika F hitung lebih besar dari F tabel. F tabel dihitung dengan cara $df_1 = k - 1$, $df_2 = n - k - 1$, dan $\alpha = 5\%$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah

semua variabel). Dengan demikian, $df_1 = 5$ $df_2 = 94$, hasil F tabel yang diperoleh adalah sebesar 2,31. H_0 juga ditolak jika sig. Lebih kecil dari tingkat yang telah ditentukan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05.

Berdasarkan hasil uji F dengan bantuan SPSS 22 *for windows* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 43 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	839,868	5	167,974	18,472	,000 ^b
	Residual	854,772	94	9,093		
	Total	1694,640	99			

a. Dependent Variable: Independet

b. Predictors: (Constant), totalX5, totalX1, totalX2, totalX3, totalX4

Berdasarkan tabel 4.33 di atas nilai F_{hitung} sebesar 18,475 di mana nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 2,31 ($18,475 > 2,31$) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh signifikan nilai, harga, bukti fisik, keandalan dan ketanggapan terhadap keputusan pembelian pada jasa Henna Fathiah di Kota Banjarmasin.

Pada penelitian ini, penulis menemukan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel nilai, harga, bukti fisik, keandalan dan ketanggapan mampu memengaruhi keputusan pembelian. hal tersebut berarti seorang perempuan merasa nilai, harga, bukti fisik, keandalan dan

ketanggapan memiliki pengaruh kepada keputusan memakai jasa henna Fathiah

c. Uji T (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut hasil uji T dengan bantuan SPSS 22 for windows dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-11,783	3,758		-3,135	,002		
	totalX1	,311	,223	,146	1,395	,166	,490	2,043
	totalX2	,475	,206	,286	2,307	,023	,348	2,874
	totalX3	,055	,216	,032	,256	,799	,353	2,832
	totalX4	,440	,281	,228	1,565	,121	,252	3,963
	totalX5	,188	,226	,111	,832	,408	,300	3,332

a. Dependent Variable: Independet

Tabel 4. 44 Hasil Uji T

Tabel di atas memaparkan tentang uji koefisien yang menjelaskan tentang uji T. Sedangkan signifikansi mengukur tingkat signifikansi dari uji T. Uji dalam regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan dari nilai, harga, bukti fisik, keandalan dan ketanggapan terhadap keputusan pembelian pada jasa Henna Fathiah di Kota Banjarmasin.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan dari nilai, harga, bukti fisik, keandalan dan ketanggapan terhadap keputusan pembelian pada jasa Henna Fathiah di Kota Banjarmasin.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,005

Degree of freedom (df) = (n – k -1)

H_0 diterima dan H_a ditolak, Jika $T_{hitung} \leq T_{table}$ atau $sig. > \alpha$

H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $T_{hitung} > T_{table}$ atau $sig. \leq \alpha$

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis secara parsial:

1) Pengujian Hipotesis Variabel Nilai (X_1)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara nilai terhadap keputusan pembelian pada jasa Henna Fathiah di Kota Banjarmasin.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara nilai terhadap keputusan pembelian pada jasa Henna Fathiah di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} variabel nilai (1,395) < t_{tabel} (1,661) atau nilai sig. (0,166) > alpha (α) 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel nilai tidak mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel nilai tidak memengaruhi keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tidak bisa diterima.

Penulis menduga ada alasan yang membuat variabel nilai tidak memengaruhi keputusan pembelian. Alasan tersebut yaitu jasa henna Fathiah tidak menjamin memberikan layanan dan hasil-hasil ukiran henna berkualitas baik, terlebih masyarakat tetap berpikir rasional dalam memilih jasa henna, masyarakat selalu mengedepankan kualitas dan harga dibandingkan nilai. Oleh sebab itu, meskipun masyarakat memilih sangat setuju untuk merekomendasikan jasa henna Fathiah di Kota Banjarmasin tingkat nilai belum bisa menjadi alasan utama untuk masyarakat memilih jasa henna Fathiah di Kota Banjarmasin.

2) Pengujian Hipotesis Variabel harga (X_2)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian jasa henna Fathiah di Kota Banjarmasin

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian jasa henna Fathiah di Kota Banjarmasin

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} variabel harga (2,307) > t_{tabel} (1,661) atau nilai sig. (0,023) > alpha (α) 0,05 maka H_0 ditolak dan

H_a diterima, berarti variabel harga mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima. Hal ini berarti semakin meningkatnya harga jasa henna akan semakin meningkat pula keputusan pembelian jasa henna Fathiah.

Penulis menduga ada alasan yang membuat variabel harga mampu memengaruhi keputusan pembelian yaitu ketika seorang perempuan yang ingin menggunakan jasa henna, seorang tersebut sangat memperhatikan harga dari pemilihan jasa henna tersebut apakah sesuai dengan *budget* yang diinginkan dan sesuai kualitas ukirannya. Hal tersebut tentu sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang terhadap penggunaan jasa henna.

3) Pengujian Hipotesis Variabel Bukti Fisik (X_3)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara bukti fisik terhadap keputusan pembelian pada jasa henna Fathiah.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara bukti fisik terhadap keputusan pembelian pada jasa henna Fathiah.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} variabel bukti fisik $(0,256) < t_{tabel} (1,661)$ atau nilai sig. $(0,799) > \alpha (\alpha) 0,05$ maka H_0

diterima dan H_a ditolak, berarti variabel bukti fisik tidak mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel bukti fisik tidak memengaruhi keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tidak bisa diterima.

Penulis menduga ada alasan yang membuat variabel bukti fisik tidak memengaruhi keputusan pembelian. Alasan tersebut yaitu perlengkapan yang digunakan jasa henna tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian jasa henna, begitu juga dengan peralatan yang digunakan serta bahan-bahan yang digunakan jasa henna untuk mengukir henna pada tangan seseorang. Oleh sebab itu, meskipun masyarakat memilih sangat setuju untuk merekomendasikan jasa henna Fathiah di Kota Banjarmasin tingkat bukti fisik belum bisa menjadi alasan utama untuk masyarakat memilih jasa henna Fathiah di Kota Banjarmasin

4) Pengujian Hipotesis Variabel Keandalan (X_4)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara keandalan terhadap keputusan pembelian pada jasa henna Fathiah.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara keandalan terhadap keputusan pembelian pada jasa henna Fathiah.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} variabel keandalan $(1,565) < t_{tabel} (1,661)$ atau nilai sig. $(0,121) > \alpha (\alpha) 0,05$ maka H_0

diterima dan H_a ditolak, berarti variabel keandalan tidak mempunyapengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel keandalan tidak memengaruhi keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tidak bisa diterima.

Penulis menduga alasan keandalan tidak memengaruhi keputusan pembelian karena tidak semua orang dapat menerima bahwa jasa henna Fathiah cepat dalam menangani masalah dalam pengukiran henna, begitu juga dengan memberikan pelayanan dengan menyesuaikan keinginan konsumen.

5) Pengujian Hipotesis Variabel Ketanggapan (X_5)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara ketanggapan terhadap keputusan pembelian pada jasa henna Fathiah.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara ketanggapan terhadap keputusan pembelian pada jasa henna Fathiah.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} variabel ketanggapan ($0,832$) $< t_{tabel}$ ($1,661$) atau nilai sig. ($0,408$) $> \alpha$ (α) $0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel ketanggapan tidak mempunyapengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel ketanggapan tidak memengaruhi keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tidak bisa diterima.

Penulis menduga alasan ketanggapan tidak memengaruhi keputusan pembelian karena keluhan dari konsumen tidak semua dikonsultasikan kepada orang yang akan mengukir henna, karena konsumen menganggap dirinya sudah mengerti dengan keputusan yang akan diambil terhadap pemilihan jasa henna, Begitu juga dengan jaminan jika terjadi kesalahan dalam pelayanan. Sehingga dapat disimpulkan, ketanggapan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian jasa henna Fathiah.

Dari hasil pengujian hipotesis di atas, bahwa terdapat 4 variabel yang tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian yaitu variabel nilai, bukti fisik, keandalan dan ketanggapan. Sedangkan sisanya 1 variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu *harga*.

Penggunaan harga sebagai strategi pemasaran. Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lain dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas setiap elemen dan keseluruhan elemen. Harga memiliki dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peran alokasi dan peran informasi. Peran alokasi dari harga adalah fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara

memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan membelinya.

Pada saat ini, berbagai cara yang dilakukan individu atau perusahaan untuk memperkenalkan jasa henna mereka ke masyarakat, salah satunya dengan menggunakan jasa *endorser*. Menggunakan jasa *endorser* untuk mempromosikan sebuah produk terbukti lebih efektif. Hanya dengan sekali postingan saja produk yang dipromosikan oleh *endorser* sudah dikenal oleh ribuan masyarakat. Hal ini dikarenakan banyaknya *followers* dari akun Instagram milik *endorser*. Ditambah lagi cara *endorser* dalam mempromosikan sebuah selalu menarik. *Endorser* juga menggunakan kualitas gambar yang baik, pencahayaan yang baik dan lain sebagainya. Tentu akan membuat gambar yang dihasilkan terlihat bagus, sehingga dapat menarik perhatian orang yang melihatnya dan kemudian menimbulkan banyak permintaan (pembelian). Hal tersebut tentu saja akan memengaruhi penjualan produk tersebut, serta memberikan keuntungan pada pemilik (penjual) produk.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ
فَادْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بِلَآءًا فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ قَالَ أَصَابَتْهُ
السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَمَا يَرَاهُ النَّاسُ مَنْ غَشَّ
فَلَيْسَ مِنِّي (روه مسلم)

“Dari Abu Hurairah ra bahwa Rasulullah pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukkan tangannya ke dalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka pun beliau bertanya, “Apa ini wahai pemilik makanan?” Sang pemiliknya menjawab, “Makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah.” Beliau bersabda, “Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barangsiapa menipu maka dia bukan dari golongan kami.” (HR. Muslim No.102).

Pemahaman Hadis : Ketika Rasulullah melewati sebuah pasar, beliau mendapatkan penjual makanan yang menumpuk bahan makanannya. Bisa jadi seperti tumpukan biji-bijian, ada yang di atas ada yang di bawah. Bahan makanan yang di atas tampak bagus, tidak ada cacat/rusaknya. Namun ketika memasukkan jari-jemari beliau ke dalam tumpukan bahan makanan tersebut, beliau dapatkan ada yang basah karena kehujanan (yang berarti bahan makanan itu ada yang cacat/rusak). Penjualnya meletakkannya di bagian bawah agar hanya bagian yang bagus yang dilihat pembeli. Rasulullah pun menegur perbuatan tersebut dan \ mengecam demikian kerasnya. Karena hal ini berarti menipu pembeli, yang akan menyangka bahwa seluruh bahan makananan itu bagus. Seharusnya seorang mukmin menerangkan keadaan barang yang akan dijualnya, terlebih lagi apabila barang tersebut memiliki cacat ataupun aib.Syarif berkata : hadis di atas menunjukkan haramnya menyembunyikan cacat dan wajibnya menerangkan cacat itu kepada pembeli. Perkataan “maka dia bukan termasuk dari golongan kami” menunjukkan haramnya menipu dan itu telah menjadi ijma’ ulama.

Berdasarkan hadis di atas endorser yang dibayar oleh pemilik jasa harus memberikan ulasan-ulasan positif terkait produk yang dipromosikannya. Sehingga endorser harus menyebutkan kelebihan-kelebihan saja yang seakan-akan produk yang dipromosikannya memang sangat bagus, terutama dari segi kualitas. Hal ini tentunya sudah melanggar salah satu karakteristik syariah marketer yaitu karakteristik *Teitis (rabbâniyyah)*, karena kondisi tersebut tercipta karena keterpaksaan yang menuntut dirinya harus menyebutkan kelebihan-kelebihan dari produk tersebut, serta menyembunyikan kekurangannya. Masyarakat yang percaya dengan apa yang dikatakan endorser kemudian membeli produk tersebut. Ternyata pada saat barang yang dipesan sudah sampai ketangan pembeli, barang tersebut tidak sesuai dengan apa yang mereka lihat.

Berdasarkan hasil analisis variabel nilai, bukti fisik, keandalan dan ketanggapan tidak dipengaruhi terhadap keputusan pembelian jasa henna Fathiah di Kota Banjarmasin. Hal ini tidak sejalan dengan teori yang menyebutkan bahwa nilai konsumen sangat berpengaruh terhadap kualitas layanan jasa henna, karena nilai konsumen merupakan suatu proses memberi dan menerima. Begitu juga dengan bukti fisik, keandalan dan ketanggapan, ketiga variabel tersebut juga termasuk dalam faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian jasa henna. Sedangkan variabel nilai mempengaruhi terhadap keputusan pembelian jasa henna Fathiah di Kota Banjarmasin. Hal ini sejalan dengan teori yang menyebutkan bahwa harga berpengaruh terhadap kualitas layanan karena dari suatu harga kualitas layanan akan tercipta. Konsumen rela mengeluarkan banyak uang demi

hasil yang memuaskan, terlebih lagi jika ada potongan harga yang diberikan oleh perusahaan.

Tentu hal ini akan menzalimi sebelah pihak, pembeli akan merasa dirugikan karena apa yang mereka harapkan tidak sesuai dengan apa yang mereka dapatkan. Hal demikian juga sudah bertentangan dengan etika yang menjadi prinsip-prinsip syariah marketer, yaitu endorser tidak Amanah (tidak dapat dipercaya) dalam menjelaskan kualitas produk yang sebenarnya. (Majdudin, 2007, hal 1755-1756)