

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia pada era globalisasi sekarang ini banyak mengalami perubahan serta perkembangan yang signifikan. Salah satu faktor penunjang yang cukup berperan adalah berkembang pesatnya dunia bisnis. Banyak sekali pelaku usaha membuka bisnis dan mengembangkan bisnisnya tersebut dan bahkan sampai mempunyai beberapa cabang di berbagai daerah. Banyak sekali pilihan bisnis yang dapat diambil para pelaku usaha, salah satunya adalah bisnis usaha mikro kecil menengah. Usaha mikro kecil menengah banyak dipilih para pelaku usaha karena untuk memulai usaha hanya memerlukan modal yang kecil dan dapat dilakukan di rumah. Selain itu usaha mikro kecil menengah juga memegang peranan penting pertumbuhan ekonomi, baik dilihat dari segi penyediaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, hingga ekspor untuk ekonomi Indonesia.

Pemasar yang menjual produknya, harus mampu memenuhi keinginan dan kepuasan konsumennya, sehingga konsumen tertarik dan bertahan pada produk yang dijual. Hal ini menjadikan pemasar selangkah lebih maju daripada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli. Karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu

bersaing dipasaran (Supranto & Limakrisna, 2011, hlm. 54). Islam sangat menganjurkan umatnya bekerja keras dan menghindari dari meminta-minta dalam mencari kekayaan. Manusia memerlukan kekayaan sebagai alat pemenuhan kehidupan sehari-hari termasuk untuk memenuhi perintah Allah SWT seperti infaq, sedekah dan sebagainya (Nurhayati, 2008, hlm. 66). Bisnis merupakan bentuk usaha dan bagian dari kegiatan ekonomi yang mempunyai peranan sangat vital dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Hal-hal yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi-memasarkan, bekerja-mempekerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya dengan tujuan memperoleh keuntungan (Bertens, 2000, hlm. 17). Adapun dalam Islam, bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlahnya (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (Yusanto & Widjajakusuma, 2006, hlm. 15). Bisnis yang diperbolehkan dalam Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan halal dan berkah (Hasan, 2009, hlm. 196). Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah/2: 275

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

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

(Kementerian Agama RI, 2019).

Ayat tersebut dengan tegas menjelaskan bahwa Islam menghalalkan jual beli (bisnis) dan mengharamkan riba dan Allah tidak menyamakan hukum keduanya (ash-Shiddieqy, 1977, hlm. 276). Jual beli yang dimaksud disini adalah saling menukar harta dengan harta secara suka sama suka atau pemindahan hak milik

dengan penggantian menurut yang dibolehkan (Muhibbuddin, 2017, hlm. 229). Baik dalam bentuk jual beli barang dagangan maupun jual beli dalam bentuk jasa. Namun disamping jual beli dibolehkan, Islam juga mengharamkan riba. Riba dapat merugikan salah satu pihak, menghilangkan sikap saling tolong menolong, merampas kekayaan orang lain dengan cara yang batil dan lain sebagainya.

Strategi pemasaran menjadi hal penting yang harus dilakukan pebisnis untuk memaksimalkan dan mempertahankan konsumen agar tidak berpindah ke produk yang lain. Saat ini konsumen lebih memilih produk yang berharga murah dengan kualitas produk unggul. Disamping itu konsumen juga sangat menilai bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan penjual kepada para konsumennya. Keputusan pelanggan membeli merupakan tindakan yang dilakukan konsumen karena ketertarikan untuk memiliki kembali terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan produsen. Setiap produsen selalu menciptakan strategi menarik agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya. Hal ini menjadi strategi bisnis jangka panjang serta akan membangun loyalitas pelanggan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk memilih dan membeli suatu produk, mulai dari faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologi. Kualitas pelayanan, harga dan produk merupakan beberapa faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkatan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dampak positif dari pelayanan yang baik maka pelanggan

merasa dihargai keberadaannya yang akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali (*re-buying*), yang tentunya akan meningkatkan pendapatan yang diterima dari produk yang terjual. Dalam menilai kualitas pelayanan digunakan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*).

Selain kualitas pelayanan, faktor lainnya yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga, harga merupakan faktor penting yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan terhadap produk pada suatu bisnis. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk barang atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler & Keller, 2016a, hlm. 147). Konsumen menginginkan harga produk sesuai dengan kualitas dari produk yang bersangkutan. Tidak bisa dipungkiri, bahkan banyak konsumen yang menginginkan produk yang berkualitas namun dengan harga yang terjangkau.

Jika berbicara mengenai industri tekstil, motif merupakan salah satu hal penting yang juga menjadi faktor dari kepuasan pembeli, dimana para pembeli yang ingin membeli produk tekstil tersebut disamping melihat harga serta pelayanan dari penjual, juga melihat motif atau corak produk yang ingin dibelinya, oleh karena itu para pelaku usaha dibidang tekstil menawarkan berbagai motif atau corak yang menarik minat pembeli.

Para pelaku usaha berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka jual untuk menarik serta memenuhi kebutuhan konsumen. Akibat fenomena ini

muncul daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Kondisi ini membuat setiap perusahaan harus mencari cara agar bisa mempertahankan eksistensinya, tidak terkecuali persaingan perusahaan di bidang industri (Purwadi, 2000, hlm. 23). Sekarang ini, khususnya di Indonesia, tingkat persaingan bisnis di bidang industri tidak dapat terelakkan lagi. Setiap industri bekerja keras dan berupaya untuk terus berinovasi dan menciptakan hal unik agar produk yang ditawarkan menarik, memiliki keunggulan serta berkualitas tinggi sehingga bisa meraup untung yang banyak. Salah satu bidang industri yang memiliki daya saing tinggi adalah industri tekstil. Industri tekstil menjadi salah satu penyumbang pendapatan terbesar negara Indonesia dan menjadi industri prioritas yang masih prospektif untuk dikembangkan. Industri tekstil dan pakaian menjadi satu dari lima sektor manufaktur yang menjadi prioritas dalam pengembangannya karena akan mendorong peningkatan produktivitas sektor industri secara lebih efisien (Hutomo, 2020, hlm. 54). Tidak terkecuali pada kain sasirangan.

Kain sasirang atau orang banjar zaman dulu menyebutnya kain *Pamintan* awalnya digunakan sebagai suatu sarana penyembuhan bagi orang yang sedang tertimpa suatu penyakit. Kain ini biasanya digunakan juga dalam upacara adat suku banjar. Sekarang kain sasirangan bukan lagi diperuntukkan dalam kegiatan yang bersifat spiritual, tetapi sudah menjadi pakaian sehari-hari. Berdasarkan perkembangan inilah berbagai kalangan, baik UKM maupun pemerintah daerah Kalimantan Selatan mulai melihat peluang besar akan terus bertambahnya minat masyarakat pada kain dan pakaian sasirangan ini. Oleh karena itu, pemerintah daerah terus memperkenalkan dan mempromosikannya ke berbagai daerah bahkan

sampai luar negeri. Pasar kain sasirangan cukup luas, mencakup lokal dan internasional. Kain sasirangan bisa dipakai oleh penduduk lokal atau turis lokal maupun turis mancanegara sebagai cinderamata khas Kalimantan Selatan, kain sasirangan juga digunakan sebagai kain seragam di kantor Pemerintahan Daerah Kalimantan Selatan. Tidak sulit mencari sasirangan di wilayah Kalimantan Selatan. Banyak industri pengrajin sasirangan dimana-mana baik industri rumahan kecil dan menengah hingga toko sasirangan besar yang menawarkan motif serta corak warna sasirangan yang lengkap dan mewah.

Persaingan pasar yang cukup menggiurkan dan menjanjikan juga membuat para ibu-ibu rumah tangga ikut tertarik untuk membuka lapak kecil-kecilan. Disamping kesibukan mengurus rumah tangga, diwaktu luang mereka juga bisa berkreatifitas mengerjakan sasirangan sebagai pemasukan tambahan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. Mereka berharap dengan adanya kegiatan seperti ini bisa meningkatkan ekonomi keluarga mereka.

Dzifa Sasirangan adalah salah satu usaha sasirangan berskala rumahan yang berdiri sejak tahun 2018. Sejak awal berdiri, usaha ini memiliki banyak peminat dan pelanggan tetap dari berbagai kalangan usia, mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Pelanggan Dzifa Sasirangan tidak hanya berasal dari wilayah Banjarmasin setempat melainkan sudah merambat sampai luar Kalimantan. Dzifa Sasirangan mempunyai strategi tersendiri untuk menarik minat konsumen yaitu lebih mengutamakan kepada kualitas pelayanan konsumen yang mana tidak ada minimal pemesanan, berapapun konsumen memesan sasirangan tetap dibuatkan,

meskipun hanya 1 pcs. Kebanyakan penjual lain mematok kisaran minimal orderan untuk pembuatan sasirangan, minimal order 5 pcs baru bisa di buat.

Selain kualitas pelayanan, Dzifa Sasirangan juga memperhatikan penetapan harga untuk produk yang dijual. Harga yang ditetapkan lagi-lagi cukup menarik, yaitu harga *reseller* yang tentunya lebih murah dibanding harga sasirangan yang dijual pada umumnya, sehingga pelanggan bisa menjual kembali sasirangan tersebut dengan harga yang lebih tinggi. Namun dengan harga yang terbilang murah, Dzifa Sasirangan tetap memperhatikan kualitas produk dengan pemilihan bahan yang bagus serta motif sasirangan yang rapi dan menarik agar dapat memuaskan pelanggan. Pemilihan bahan dilakukan dengan telaten dengan menyiapkan berbagai jenis kain mulai dari yang berkualitas biasa hingga bahan yang memiliki kualitas tinggi. Bahan kain yang biasa digunakan untuk pembuatan kain sasirangan adalah, katun satin, katun sutra, sutra, dan sebagainya sesuai permintaan pelanggan. Sedangkan untuk motif sasirangan, Dzifa Sasirangan menawarkan berbagai motif atau corak yang lengkap dan elegan menyesuaikan selera dari para konsumen. Selain itu pelanggan juga bebas *request* motif sesuai keinginan. Sehingga tingkat kepuasan pelanggan akan hasil sasirangan akan otomatis meningkat.

Menurut pemaparan dari pemilik Dzifa Sasirangan, usaha yang digelutinya sekarang memang memiliki minat pasar serta kepuasan pelanggannya sendiri. Namun tidak dapat dipungkiri kendala-kendala dalam usaha pasti ada seperti halnya Dzifa Sasirangan yang berdiri dikawasan kampung sasirangan sehingga rata-rata setiap rumah memiliki usaha yang sama dengan pemilik usaha Dzifa Sasirangan.

Hal tersebut menimbulkan persaingan ketat antar usaha sasirangan dan akan muncul pertanyaan, usaha sasirangan mana yang lebih baik dan faktor apa saja yang membuatnya lebih unggul. Sehingga setiap usaha sasirangan akan berlomba-lomba memasarkan produknya yang ditentukan oleh ketepatan strategi yang digunakan dan memengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian, yang pada akhirnya memengaruhi tujuan usaha yaitu memperoleh laba.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin, dengan mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Motif Sasirangan, dan Harga terhadap Keputusan Pelanggan Membeli pada Usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan, motif sasirangan, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin?
2. Apakah kualitas pelayanan, motif sasirangan, dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pelanggan membeli usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

- a. Menambah wawasan tentang pengaruh kualitas pelayanan, motif sasirangan, dan harga terhadap keputusan pelanggan membeli dalam aktivitas bisnis, khususnya usaha Dzifa Sasirangan
- b. Memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya ilmu ekonomi syariah

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta masukan bagi usaha Dzifa Sasirangan, supaya memperhatikan kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian untuk penelitian selanjutnya dari aspek yang berbeda dari penelitian ini.
- c. Hasil penelitian ini juga diharapkan berguna sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat umum yang ingin membeli produk sasirangan.

E. Definisi Operasional

Guna menghindari kekeliruan dan kesalahan dalam memahami maksud istilah-istilah dalam judul penelitian dan masalah yang penulis teliti, perlu kiranya merumuskan definisi operasional sebagai berikut:

1. Keputusan Pelanggan

Keputusan pelanggan menurut Kotler (2011) (Ginting dkk., 2020, hlm. 47) adalah tindakan pelanggan dalam pengambilan pilihan untuk membeli atau tidak suatu produk atau jasa. Yang dimaksud dengan keputusan pelanggan dalam penelitian ini adalah tindakan pelanggan dalam pengambilan pilihan untuk membeli atau tidak produk yang ditawarkan Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk dan jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2012, hlm. 153). Yang dimaksud kualitas pelayanan di penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan Dzifa Sasirangan kepada para pelanggan.

3. Motif Sasirangan

Motif merupakan desain yang dibuat dari berbagai bentuk, garis, atau elemen-elemen yang dipengaruhi oleh bentuk-bentuk yang diadaptasi dari alam maupun benda sekitar dengan gaya dan ciri khas tersendiri (Suhersono, 2006, hlm. 10). Yang dimaksud motif sasirangan dalam penelitian ini adalah motif sasirangan yang ditawarkan Dzifa sasirangan kepada para pelanggan untuk pembuatan kain sasirangan dan produk sasirangan lainnya.

4. Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari yang memiliki atau pengguna produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap pembeli (Umar, 2002, hlm. 32). Yang dimaksud dengan harga dalam penelitian ini adalah harga yang ditetapkan Dzifa Sasirangan pada setiap produk yang dijual.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelaahan penulis, penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu untuk mempermudah dalam pengumpulan data. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pemikiran yang diharapkan. Maka penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini untuk mengetahui persamaan dan perbedaan beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat menambah wawasan berfikir peneliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Saifullah (2020) dengan NIM 1601151470 mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, jurusan Ekonomi Syariah dengan judul penelitian “Pengaruh Harga, Lokasi, *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di De’Kopi Arwana” penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel harga, lokasi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan di De’Kopi Arwana. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada variabel independen yaitu harga, lokasi, *store atmosphere*, dan kualitas pelayanan sedangkan penulis menggunakan tiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan, motif sasirangan, dan harga. Adapun persamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu variabel dependen sama-sama menggunakan variabel keputusan pembelian dan objek yang diteliti sama-sama menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

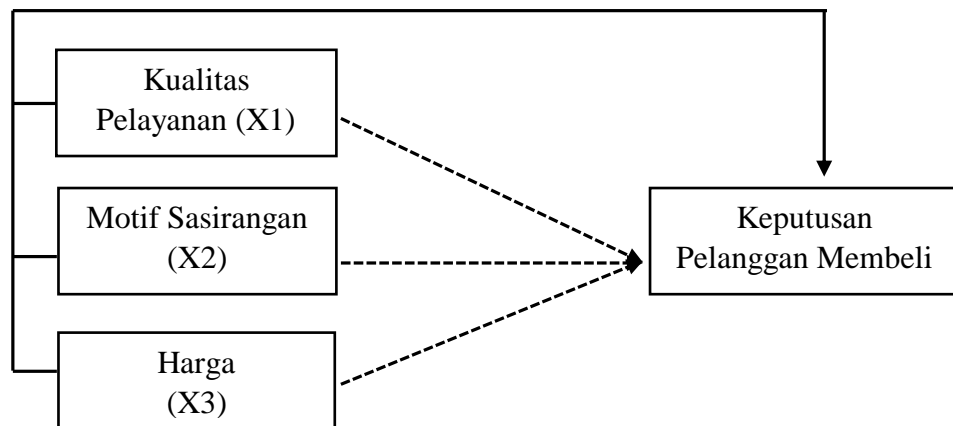
2. Penelitian yang dilakukan oleh Sandy Claudya (2020) dengan NIM 1601150265 mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, jurusan Ekonomi Syariah dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online (Study Kasus Pengguna Ojek *Online GrabBike* di Kota Banjarmasin)” tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian yang dilakukan di Kota Banjarmasin. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu pada variabel independen yaitu sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan harga. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu pada variabel independen lain yang diambil yaitu variabel promosi, sedangkan penulis menggunakan variabel motif sasirangan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Rusadi (2019) dengan NIM 1501151240 mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin, jurusan Ekonomi Syariah dengan judul penelitian “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Muslim di Waterboom Pesona Modern Kertak Hanyar” Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial dan simultan antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Muslim Waterboom Pesona Modern Kertak Hanyar. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu pada variabel dependen kepuasan konsumen sedangkan penulis menggunakan variabel dependen

keputusan pelanggan membeli. Selain itu, variabel independen yang digunakan penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan harga sedangkan penulis menambahkan satu variabel lain yaitu variabel independen kualitas pelayanan, motif sasirangan, dan harga. Adapun persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu sama-sama menggunakan teknik *Accidental Sampling* dalam pengambilan sampel.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ekky Suti Wibisono (2019) dengan NIM 1512111048 mahasiswa Universitas Bhayangkara Surabaya, jurusan Ekonomi Manajemen dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu pada variabel independen kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen sedangkan penulis menggunakan variabel independen kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga. Adapun persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu sama-sama menggunakan variabel dependen keputusan pembelian .

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menggambarkan sistematika pengaruh hubungan yang terjadi antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Maka bentuk kerangka pemikirannya dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- > = Pengaruh kualitas pelayanan, motif sasirangan, dan harga terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin secara **parsial**
- > = Pengaruh kualitas pelayanan, motif sasirangan, dan harga terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin secara **simultan**

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara pada tahapan perumusan masalah penelitian yang ditulis dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara

karena jawaban mengandung kemungkinan benar atau kemungkinan salah. Kemungkinan tersebut dibuktikan dengan fakta-fakta empiris dan pengolahan data. Oleh karena itu penulis mengajukan hipotesis berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian sebagai berikut :

Hipotesis I

H₀ : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, motif sasirangan, dan harga terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin

H_a : Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, motif sasirangan, dan harga terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

Hipotesis II

H₀ : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin

H_a : Terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

Hipotesis III

H₀ : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara motif sasirangan terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin

H_a : Terdapat pengaruh secara parsial antara motif sasirangan

terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

Hipotesis IV

- HO : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara harga terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin
- Ha : Terdapat pengaruh secara parsial antara harga terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat agar penulisan dalam penelitian ini lebih mudah dan terarah, sistematika penulisan dibagi menjadi beberapa bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut:

1. Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi latar belakang masalah yang membahas alasan dalam pemilihan judul penelitian dan gambaran permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang telah tergambar pada latar belakang kemudian dibuat dalam bentuk rumusan masalah, dari rumusan masalah tersebut kemudian ditetapkan tujuan penelitian agar penelitian terarah sesuai yang diinginkan peneliti. Selanjutnya Dampak atau manfaat dari penelitian dimuat peneliti dalam kegunaan penelitian. Definisi operasional dimuat untuk membatasi dan memperjelas makna istilah-istilah dalam judul penelitian. Penelitian terdahulu berisi Informasi dari penelitian sebelumnya yang hampir mirip tetapi memiliki perbedaan

yang jelas. Jawaban sementara pada tahap perumusan permasalahan dalam penelitian dipaparkan dalam hipotesis penelitian dan pada bagian berikutnya dimuat sistematika penulisan agar penulisan lebih mudah dan terarah.

2. Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan informasi maupun hal-hal yang berkenaan dengan masalah penelitian, baik dari teori-teori yang mendukung, buku-buku maupun literatur lain yang relevan dengan masalah penelitian. Dalam bab ini menyajikan teori terkait kualitas pelayanan, motif sasirangan, harga, dan keputusan pelanggan membeli.
3. Bab III adalah metode penelitian. Pada bab ini menguraikan tentang bagaimana penelitian ini akan dilaksanakan, yaitu terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data serta tahapan penelitian.
4. Bab IV menyajikan data dan laporan hasil penelitian, yang terdiri dari hasil dan pembahasan yaitu berisi tentang latar belakang objek penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis serta analisis terhadap data-data yang disajikan dengan menggabungkan antara teori dan data-data dari hasil penelitian yang diperoleh.
5. Bab V merupakan penutup. Dalam bab ini penulis menyimpulkan hasil dari penelitian dan memberi saran sebagaimana hasil dari penelitian.