

## **BAB IV**

### **LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Dzifa Sasirangan adalah salah satu dari sekian banyak usaha rumahan yang memproduksi berbagai macam sasirangan, mulai dari kain sasirangan, kaos, jaket, kerudung dan lainnya. Pemilik sekaligus pengelola usaha ini adalah ibu Laila Ramdani, SE. Usaha ini berdiri sejak tahun 2018 yang beralamat di Jl. Sungai Jingah, Rt 06 Rw 01 No. 17. Kecamatan Banjarmasin Utara, Banjarmasin.

Usaha sasirangan mempekerjakan sebanyak 13 orang tenaga kerja yang merupakan ibu-ibu rumah tangga di sekitar tempat produksi. 13 orang tenaga kerja tersebut memiliki pembagian pekerjaan masing-masing, yaitu, 2 orang bagian memotif, 7 orang menjelujur, 2 orang bagian pewarnaan, 1 orang bagian melepas jelujur setelah di warnai, 1 orang bagian cuci, setrika sekaligus *packing*.

Sistem pengerjaannya tidak semua dikerjakan di tempat produksi, namun dibawa kerumah masing-masing, sehingga para ibu rumah tangga tetap bisa mengerjakan pekerjaan rumah tangganya disamping bekerja. Para karyawan di Dzifa Sasirangan bekerja memakai sistem target, sehingga pekerjaan selesai tepat waktu. Seiring berjalannya waktu usaha Dzifa Sasirangan semakin berkembang dengan banyaknya pelanggan yang terus berdatangan.

## 2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Dzifa Sasirangan Banjarmasin yang berjumlah 100 responden. Data responden merupakan informasi tambahan yang digunakan untuk mempermudah memahami hasil-hasil penelitian. Berikut adalah karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia dan pekerjaan responden.

### a. Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1 Data responden berdasarkan jenis kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Laki-laki	16	16%
Perempuan	84	84%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa terdapat 100 orang responden. 16 responden atau 16% berjenis kelamin laki-laki dan 84 responden atau 84% berjenis kelamin perempuan.

### b. Umur

**Tabel 4. 2 Data responden berdasarkan umur**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
< 20 Tahun	68	68%
20-25 Tahun	13	13%
26-30 Tahun	2	2%
> 30 Tahun	17	17%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui bahwa terdapat 100 orang responden. 68 responden atau 68% berumur di bawah 20 tahun, 13

responden atau 13% berumur 20-25 tahun, 2 responden atau 2% berumur 26-30 tahun dan sisanya sebanyak 17 responden atau 17% berumur 30 tahun ke atas.

c. Pekerjaan

**Tabel 4. 3 Data Responden berdasarkan pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Pelajar/Mahasiswa	72	72%
Guru/Dosen	7	7%
Karyawan/PNS	11	11%
Lainnya	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa terdapat 100 orang responden. 72 responden atau 72% adalah pelajar/mahasiswa, 7 responden atau 7% bekerja sebagai guru/dosen, 11 responden atau 11% sebagai karyawan/PNS dan sisanya sebanyak 10 responden atau 10% bekerja lainnya.

3. Deskripsi Hasil Penelitian

Deskripsi hasil penelitian menunjukkan jumlah keseluruhan tanggapan-tanggapan responden terhadap pernyataan variabel-variabel yaitu kualitas pelayanan (X1), motif sasirangan (X2), harga (X3) dan keputusan pelanggan membeli (Y) dari hasil pembagian kuesioner. Berikut deskripsi responden terhadap masing-masing item variabel penelitian.

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Variabel kualitas pelayanan terdiri dari lima pernyataan yaitu:

1) Indikator *reability* (keandalan)

Data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan responden sebagai berikut:

**Tabel 4. 4 Pelayanan dengan cepat kepada pelanggan**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	20	20%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat Setuju	32	32%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan pelayanan dengan cepat kepada pelanggan sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 2 responden atau 2% menjawab tidak setuju, 20 responden atau 20% menjawab netral, 46 responden atau 46% menjawab setuju dan sisanya sebanyak 32 responden atau 32% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan pelayanan dengan cepat kepada pelanggan. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

2) Indikator *responsiveness* (daya tangkap)**Tabel 4. 5 Cepat merespon setiap permintaan pelanggan**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	14	14%
4	Setuju	56	56%
5	Sangat Setuju	30	30%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.5, dapat di jelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan cepat merespon setiap permintaan pelanggan sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 14 responden atau 14% menjawab netral, 56 responden atau 56% menjawab setuju dan sisanya sebanyak 30 responden atau 30% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan cepat merespon setiap permintaan pelanggan. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

3) Indikator *assurance* (jaminan)**Tabel 4. 6 Selalu menjaga mutu produk**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	0	0%
3	Netral	16	16%

4	Setuju	50	50%
5	Sangat Setuju	34	34%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.6, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan selalu menjaga mutu produk sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, 16 responden atau 16% menjawab netral, 50 responden atau 50% menjawab setuju dan sisanya sebanyak 34 responden atau 34% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan selalu menjaga mutu produk. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

#### 4) Indikator *empathy* (empati)

**Tabel 4. 7 Ramah dan bersahabat**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	3	3%
3	Netral	19	19%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat Setuju	33	33%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.7, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan ramah dan bersahabat sebanyak 0

responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 3 responden atau 3% menjawab tidak setuju, 19 responden atau 19% menjawab netral, 45 responden atau 45% menjawab setuju dan sisanya sebanyak 33 responden atau 33% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan ramah dan bersahabat. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

5) Indikator *tangibles* (bukti fisik)

**Tabel 4. 8 Menyediakan dan memberikan nota pembelian**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	16	16%
4	Setuju	50	50%
5	Sangat Setuju	33	33%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.8, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan menyediakan dan memberikan nota pembelian sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 1 responden atau 1% menjawab tidak setuju, 16 responden atau 16% menjawab netral, 50 responden atau 50% menjawab setuju dan 33 responden atau 33% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju

terhadap pernyataan menyediakan dan memberikan nota pembelian. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

b. Variabel Motif Sasirangan (X2)

Variabel motif sasirangan terdiri dari lima pernyataan yaitu:

1) Indikator warna

**Tabel 4. 9 Memiliki warna-warni yang elegan**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	15	15%
4	Setuju	50	50%
5	Sangat Setuju	34	34%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.9, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan memiliki warna-warni elegan sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 1 responden atau 1% menjawab tidak setuju, 15 responden atau 15% menjawab netral, 50 responden atau 50% menjawab setuju dan 34 responden atau 34% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan memiliki warna-warni yang elegan. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.



## 2) Indikator motif dan kombinasi warna

**Tabel 4. 10 Memiliki motif dan perpaduan warna yang selaras**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	18	18%
4	Setuju	49	49%
5	Sangat Setuju	32	32%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan memiliki motif dan perpaduan warna yang selaras sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 1 responden atau 1% menjawab tidak setuju, 18 responden atau 18% menjawab netral, 49 responden atau 49% menjawab setuju dan sisanya sebanyak 32 responden atau 32% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan memiliki motif dan perpaduan warna yang selaras. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

## 3) Indikator menarik dan memuaskan

**Tabel 4. 11 Motif yang ditawarkan sangat menarik dan memuaskan**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%

3	Netral	18	18%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat Setuju	34	34%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.11, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan motif yang ditawarkan sangat menarik dan memuaskan sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 2 responden atau 2% menjawab tidak setuju, 18 responden atau 18% menjawab netral, 46 responden atau 46% menjawab setuju dan 34 responden atau 34% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan motif yang ditawarkan sangat menarik dan memuaskan. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

#### 4) Indikator gambar

**Tabel 4. 12 Memiliki motif gambar bagus dan tidak ketinggalan zaman**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	19	19%
4	Setuju	51	51%
5	Sangat Setuju	29	29%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.12, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan memiliki motif gambar yang bagus dan tidak ketinggalan zaman sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 1 responden atau 1% menjawab tidak setuju, 19 responden atau 19% menjawab netral, 51 responden atau 51% menjawab setuju dan 29 responden atau 29% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan memiliki motif gambar yang bagus dan tidak ketinggalan zaman. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

#### 5) Indikator bentuk

**Tabel 4. 13 Motif memiliki beragam bentuk**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	3	3%
3	Netral	17	17%
4	Setuju	51	51%
5	Sangat Setuju	29	29%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.13, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan motif memiliki beragam bentuk sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 3 responden atau 3% menjawab tidak setuju, 17 responden atau 17%

menjawab netral, 51 responden atau 51% menjawab setuju dan sisanya sebanyak 29 responden atau 29% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan motif memiliki beragam bentuk. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

c. Variabel Harga (X3)

Variabel harga terdiri dari empat pernyataan yaitu:

1) Indikator keterjangkauan harga

**Tabel 4. 14 Harga produk dapat dijangkau oleh semua kalangan**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	21	21%
4	Setuju	44	44%
5	Sangat Setuju	34	34%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.14, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan harga produk dapat dijangkau oleh semua kalangan sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 1 responden atau 1% menjawab tidak setuju, 21 responden atau 21% menjawab netral, 44 responden atau 44% menjawab setuju dan 34 responden atau 34% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan

Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan harga produk dapat dijangkau oleh semua kalangan. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

2) Indikator kesesuaian harga dengan kualitas produk

**Tabel 4. 15 Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	16	16%
4	Setuju	47	47%
5	Sangat Setuju	36	36%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.15, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 1 responden atau 1% menjawab tidak setuju, 16 responden atau 16% menjawab netral, 47 responden atau 47% menjawab setuju dan 36 responden atau 36% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

## 3) Indikator daya saing harga

**Tabel 4. 16 Harga yang ditawarkan di bawah harga rata-rata pesaing**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	28	28%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat Setuju	24	24%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.16, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan harga yang ditawarkan di bawah harga rata-rata pesaing sebanyak 1 responden atau 1% menjawab sangat tidak setuju, 2 responden atau 2% menjawab tidak setuju, 28 responden atau 28% menjawab netral, 45 responden atau 45% menjawab setuju dan 24 responden atau 24% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan harga yang ditawarkan di bawah harga rata-rata pesaing. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

## 4) Indikator kesesuaian harga dengan manfaat produk

**Tabel 4. 17 Harga sesuai dengan manfaat produk yang dibeli**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%

3	Netral	15	15%
4	Setuju	54	54%
5	Sangat Setuju	30	30%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.17, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan harga sesuai dengan manfaat produk yang dibeli sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 1 responden atau 1% menjawab tidak setuju, 15 responden atau 15% menjawab netral, 54 responden atau 54% menjawab setuju dan sisanya sebanyak 30 responden atau 30% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan harga sesuai dengan manfaat produk yang dibeli. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

d. Variabel Keputusan Pelanggan Membeli (Y)

Variabel keputusan pelanggan membeli terdiri dari enam pernyataan yaitu:

1) Indikator *product choice* (pilihan produk)

**Tabel 4. 18 Memutuskan membeli produk karena adanya kebutuhan**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	3	3%
3	Netral	13	13%
4	Setuju	48	48%

5	Sangat Setuju	34	34%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.18, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan memutuskan membeli produk karena adanya kebutuhan sebanyak 2 responden atau 2% menjawab sangat tidak setuju, 3 responden atau 3% menjawab tidak setuju, 13 responden atau 13% menjawab netral, 48 responden atau 48% menjawab setuju dan 34 responden atau 34% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan memutuskan membeli produk karena adanya kebutuhan. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

2) Indikator *brand choice* (pilihan merek)

**Tabel 4. 19 Memutuskan membeli produk karena produk yang ditawarkan beraneka ragam**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	18	18%
4	Setuju	48	48%
5	Sangat Setuju	30	30%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.19, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan memutuskan membeli produk karena



produk yang ditawarkan beraneka ragam sebanyak 2 responden atau 2% menjawab sangat tidak setuju, 2 responden atau 2% menjawab tidak setuju, 18 responden atau 18% menjawab netral, 48 responden atau 48% menjawab setuju dan 30 responden atau 30% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan memutuskan membeli produk karena produk yang ditawarkan beraneka ragam. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

3) Indikator *dealer choice* (pilihan tempat penyalur)

**Tabel 4. 20 Memutuskan membeli produk karena pesanan dikirim dengan jasa kurir yang terpercaya**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	25	25%
4	Setuju	43	43%
5	Sangat Setuju	30	30%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.20, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan memutuskan membeli produk karena pesanan dikirim dengan jasa kurir yang terpercaya sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 2 responden atau 2% menjawab tidak setuju, 25 responden atau 25% menjawab netral, 43 responden atau 43% menjawab setuju dan 30 responden atau 30%

menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan memutuskan membeli produk karena pesanan dikirim dengan jasa kurir yang terpercaya. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

4) Indikator *purchase amount* (jumlah pembelian atau kuantitas)

**Tabel 4. 21 Memutuskan membeli produk yang banyak apabila barang cocok**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2	Tidak Setuju	3	3%
3	Netral	21	21%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat Setuju	29	29%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.21, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan memutuskan membeli produk yang banyak apabila barang cocok sebanyak 2 responden atau 2% menjawab sangat tidak setuju, 3 responden atau 3% menjawab tidak setuju, 21 responden atau 21% menjawab netral, 45 responden atau 45% menjawab setuju dan 29 responden atau 29% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan memutuskan membeli produk yang banyak apabila barang cocok. Hal ini dilihat

dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

5) Indikator *purchase timing* (waktu pembelian)

**Tabel 4. 22 Dzifa Sasirangan mengirim produknya tepat waktu sesuai dengan pesanan pelanggan**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	1	1%
3	Netral	24	24%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat Setuju	30	30%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.22, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan Dzifa Sasirangan mengirim produknya tepat waktu sesuai dengan pesanan pelanggan sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 1 responden atau 1% menjawab tidak setuju, 24 responden atau 24% menjawab netral, 45 responden atau 45% menjawab setuju dan 30 responden atau 30% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan Dzifa Sasirangan mengirim produknya tepat waktu sesuai dengan pesanan pelanggan. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

6) Indikator *payment method* (metode pembayaran)

**Tabel 4. 23 Memutuskan membeli produk karena menyediakan metode pembayaran non tunai**

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2%
3	Netral	25	25%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat Setuju	28	28%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.23, dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap pernyataan memutuskan membeli produk karena menyediakan metode pembayaran non tunai sebanyak 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju, 2 responden atau 2% menjawab tidak setuju, 25 responden atau 28% menjawab netral, 45 responden atau 45% menjawab setuju dan 28 responden atau 28% menjawab sangat setuju. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan Dzifa Sasirangan setuju terhadap pernyataan memutuskan membeli produk karena menyediakan metode pembayaran non tunai. Hal ini dilihat dari banyaknya responden yang menjawab setuju terhadap pernyataan tersebut.

#### 4. Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji kelayakan setiap item dalam instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada item dengan skor totalnya.

Suatu butir pertanyaan dianggap valid apabila  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ . Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang pada taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) maka diperoleh nilai  $r\text{-tabel}$  sebesar 0,195. Berikut adalah hasil uji validitas setiap item pada instrumen penelitian ini yang diolah menggunakan aplikasi *SPSS* versi 25.

**Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,798	0,195	Valid
	X1.2	0,764	0,195	Valid
	X1.3	0,764	0,195	Valid
	X1.4	0,856	0,195	Valid
	X1.5	0,767	0,195	Valid
Motif Sasirangan (X2)	X2.1	0,804	0,195	Valid
	X2.2	0,815	0,195	Valid
	X2.3	0,882	0,195	Valid
	X2.4	0,857	0,195	Valid
	X2.5	0,839	0,195	Valid
Harga (X3)	X3.1	0,858	0,195	Valid
	X3.2	0,853	0,195	Valid
	X3.3	0,792	0,195	Valid
	X3.4	0,804	0,195	Valid
Keputusan Pelanggan Membeli (Y)	Y.1	0,684	0,195	Valid
	Y.2	0,792	0,195	Valid
	Y.3	0,83	0,195	Valid
	Y.4	0,802	0,195	Valid
	Y.5	0,881	0,195	Valid
	Y.6	0,851	0,195	Valid

Sumber: Hasil olah data *SPSS* (2023)

Dari tabel hasil uji validitas yang diuraikan, dapat dilihat bahwa  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada instrumen penelitian ini dinyatakan valid.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji tingkat konsistensi jawaban dari responden melalui pertanyaan yang diberikan dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh item pada instrumen penelitian. Dikatakan reliabel apabila nilai  $\alpha > 0,6$ .

Berikut hasil uji reliabilitas dengan menggunakan aplikasi *SPSS* versi 25.

**Tabel 4. 25 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,85	0,6	Reliabel
Motif Sasirangan (X2)	0,895	0,6	Reliabel
Harga (X3)	0,843	0,6	Reliabel
Keputusan Pelanggan Membeli (Y)	0,892	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil olah data *SPSS* (2023)

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas yang diuraikan, dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel  $> 0,6$  sehingga instrumen dapat dinyatakan reliabel.

## 5. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi baik

adalah model yang memiliki nilai residual berdistribusi normal. Alat analisis yang digunakan dalam pengujian ini adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas K-S:

**Tabel 4. 26 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov***

	Unstandardized Residual
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	,070 <sup>c</sup>

Sumber: Hasil olah data SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* yang diuraikan, nilai *Asymp.Sig*  $> 0,05$  yaitu sebesar 0,070 yang artinya data berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel independen dari model regresi. Menguji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) pada masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  maka model regresi tidak terjadi multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS versi 25:

**Tabel 4. 27 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	,682	1,466
Motif Sasirangan	,584	1,714
Harga	,721	1,387

Sumber: Hasil olah data SPSS (2023)

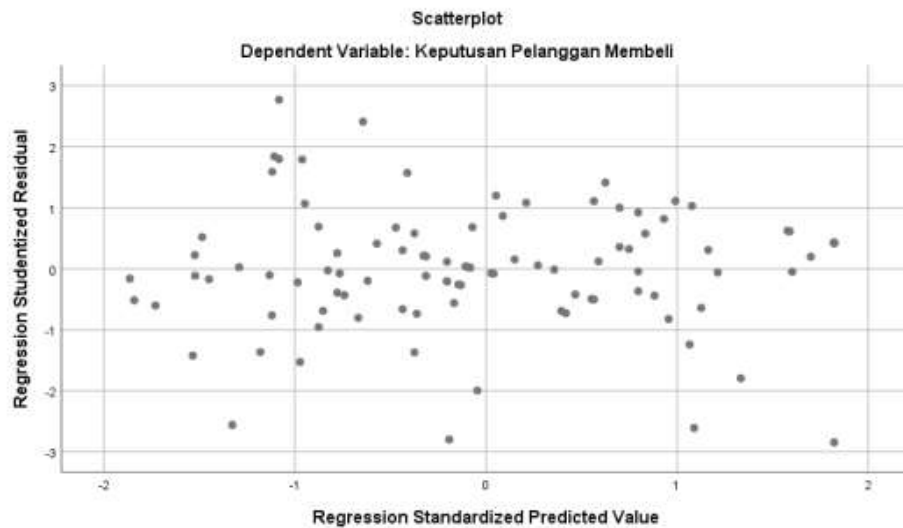
Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang telah diuraikan, variabel kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan *variance* pada residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Mendeteksi model regresi terjadi atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola gambar *Scatterplots*. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan metode *Scatterplot* :



**Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil olah data SPSS (2023)

Berdasarkan gambar dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar acak pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas dalam penyebarannya sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 6. Regresi Linear Berganda

Regresi Linear adalah alat analisis untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (bebas) yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), motif sasirangan ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen (terikat) yaitu keputusan pelanggan membeli ( $Y$ ). model regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana Y (keputusan pelanggan membeli),  $\alpha$  (konstanta),  $b_1$   $b_2$   $b_3$  (koefisien regresi), X1 (kualitas pelayanan), X2 (motif sasirangan), X3 (harga) dan e (*error term*). Berikut hasil uji regresi linear berganda :

**Tabel 4. 28 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	3,395	2,679
Kualitas Pelayanan (X1)	,305	,133
Motif Sasirangan (X2)	,243	,133
Harga (X3)	,580	,149

Sumber: Hasil olah data SPSS (2023)

Berdasarkan tabel tersebut, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah:

$$Y = 3,395 + 0,305 X_1 + 0,243 X_2 + 0,580 X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 3,395 artinya jika variabel kualitas pelayanan (X1), motif sasirangan (X2) dan harga (X3) tidak ada maka keputusan pelanggan (Y) membeli sebesar 3,395.
- b. Nilai koefisien regresi X<sub>1</sub> sebesar 0,305 artinya jika kualitas pelayanan (X1) mengalami kenaikan sebanyak satu satuan maka keputusan pelanggan membeli (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,305 atau 30,5% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tetap.

- c. Nilai koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,243 artinya jika motif sasirangan ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebanyak satu satuan maka keputusan pelanggan membeli ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,243 atau 24,3% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tetap.
- d. Nilai koefisien regresi  $X_3$  sebesar 0,580 artinya jika harga ( $X_3$ ) mengalami kenaikan sebanyak satu satuan maka keputusan pelanggan membeli ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0,580 atau 58% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain tetap.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji F (uji secara simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh variabel-variabel independen (kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pelanggan membeli) secara simultan. Menentukan hipotesis diterima atau ditolak dapat dilihat dari kriteria berikut:

#### Cara 1

- 1) Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2) Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

#### Cara 2

- 1) Jika nilai  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- 2) Jika nilai  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

**Tabel 4. 29 Hasil Uji F (uji secara simultan)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	617,159	3	205,720	21,019	,000 <sup>b</sup>
Residual	939,591	96	9,787		
Total	1556,750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pelanggan Membeli

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Motif Sasirangan

Sumber: Hasil olah data SPSS (2023)

Dari tabel hasil uji F tersebut, diperoleh nilai sig sebesar 0,000 yang artinya kurang dari 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan nilai F hitung sebesar 21,019. Berdasarkan tabel F dengan taraf signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) diketahui nilai  $df_1 = k$  (jumlah variabel bebas) = 3 dan  $df_2 = (n - k - 1) = 100 - 3 - 1 = 96$  kemudian nilai  $df_1$  dan  $df_2$  dihubungkan pada F tabel sehingga didapat nilai F tabel sebesar 2,70. Maka  $F_{hitung} 21,019 > F_{tabel} 2,70$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga terhadap variabel terikat keputusan pelanggan membeli.

b. Uji t (uji secara parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh variabel-variabel independen (kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pelanggan membeli) secara

parsial. Menentukan hipotesis diterima atau ditolak dapat dilihat dari kriteria berikut:

Cara 1

- 1) Jika nilai sig < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima
- 2) Jika nilai sig > 0,05, maka H0 diterima dan Ha ditolak

Cara 2

- 1) Jika nilai t hitung > t tabel, H0 ditolak dan Ha diterima
- 2) Jika nilai t hitung < t tabel, H0 diterima dan Ha ditolak

**Tabel 4. 30 Hasil Uji t (uji secara parsial)**

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1,268	,208
Kualitas Pelayanan (X1)	2,302	,024
Motif Sasirangan (X2)	1,834	,070
Harga (X3)	3,895	,000

Sumber: Hasil olah data SPSS (2023)

Tabel hasil uji t tersebut menunjukkan hasil uji t yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga. Untuk uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung yang diperoleh dari tabel hasil uji t di atas dengan t tabel =  $t(\alpha/2 ; n-k-1) = t(0,025 ; 96) = 1,984$

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan:

- 1) Pengujian Hipotesis Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Dari tabel 4.30 tersebut, variabel kualitas pelayanan (X1) nilai sig 0,024 < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima. sedangkan nilai t tabel 1,984 dan t hitung 2,302 yang artinya t hitung 2,302 > t tabel

1,984 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

2) Pengujian Hipotesis Variabel Motif Sasirangan (X2)

Dari tabel 4.30 tersebut, variabel motif sasirangan (X2) nilai sig  $0,070 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. sedangkan nilai t tabel 1,984 dan t hitung 1,834 yang artinya  $t \text{ hitung } 1,834 < t \text{ tabel } 1,984$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, maka dapat disimpulkan secara parsial variabel motif sasirangan (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

3) Pengujian Hipotesis Variabel Harga (X3)

Dari tabel 4.30 tersebut, variabel harga (X3) nilai sig  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. sedangkan nilai t tabel 1,984 dan t hitung 3,895 yang artinya  $t \text{ hitung } 3,895 > t \text{ tabel } 1,984$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan secara parsial variabel harga (X3) berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi variabel independen (kualitas pelayanan, motif sasirangan dan

harga) dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen (keputusan pelanggan membeli).

**Tabel 4. 31 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,630 <sup>a</sup>	,396	,378	3,128

Sumber: Hasil olah data SPSS (2023)

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi tersebut didapat nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,378 atau 37,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pelanggan membeli) adalah sebesar 37,8%. Sedangkan sisanya 62,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang digunakan penelitian ini.

## **B. Analisis Data**

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga terhadap variabel keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin, hasilnya sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Pembahasan dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin secara simultan

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai F tabel 2,70 dan nilai F hitung 21,019. Hal tersebut menunjukkan bahwa F hitung  $21,019 > F$  tabel 2,70 dan nilai sig 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari tingkat sig yang telah ditentukan yaitu 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) maka hipotesis diterima sehingga menjelaskan secara simultan (bersama-sama) bahwa variabel kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

Menurut Winardi (Winardi, 2010, hlm. 200) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan titik suatu pembelian dari proses evaluasi. Kotler dan Keller (2016) dalam Ningsih (Ningsih & Pradanawati, 2021, hlm. 3) *purchasing decisions are components of consumer behavior, where consumer behavior is a study of what a person or group looks like in determining, buying, consuming, and what products, ideas or experiences are to satisfy.*

Menurut tinjauan syariat Islam, pengaruh kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga terhadap keputusan pelanggan membeli merupakan transaksi jual beli untuk menghasilkan terjadinya suatu keputusan pembelian oleh konsumen. Islam menekankan keseimbangan pada konsep pengambilan keputusan dan proses pengambilan keputusan pembelian ditentukan oleh perilaku konsumen yang diterangkan dalam Q.S Al-Furqan/25:67 yang menerangkan bahwa setiap pengambilan keputusan untuk membeli sesuatu



harus mempertimbangkan pro dan kontra, tidak berlebih-lebihan dan tidak kikir sehingga bisa dikatakan seimbang. Selain seimbang, Islam juga mengajarkan untuk membelanjakan harga dengan wajar dan sederhana sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Isra/17: 27. Hal tersebut sesuai dengan pengaruh kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga terhadap keputusan pelanggan membeli yang dilakukan atas dasar suka sama suka dan mempertimbangkan prinsip wajar dan kesederhanaan.

2. Pengaruh kualitas pelayanan, motif sasirangan dan harga terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin secara parsial
  - a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t tabel 1,984 dan nilai t hitung 2,302. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $t \text{ hitung } 2,302 > t \text{ tabel } 1,984$  dan nilai sig  $0,024 < 0,05$  maka hipotesis diterima sehingga menjelaskan secara parsial bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

Menurut Arianto (Arianto, 2018, hlm. 83) Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Islam mengajarkan dalam memberikan pelayanan ketika menjalankan usaha baik dalam bentuk barang atau jasa agar jangan memberikan pelayanan yang buruk kepada orang lain, melainkan

memberikan pelayanan yang berkualitas sebagaimana yang diterangkan dalam Q.S Al- Baqarah/2:267. Pemberian pelayanan yang berkualitas dan sesuai syariat Islam menjadikan pelanggan merasa puas. Kualitas pelayanan pada usaha Dzifa Sasirangan telah sesuai dengan perspektif Islam. Hal tersebut terlihat dari beberapa bukti seperti keramahan serta sopan santun pemilik usaha dalam melayani para pelanggan, amanah dalam setiap pesanan pelanggan dan selalu menjaga kepercayaan pelanggan terbukti responden memberikan tanggapan positif sehingga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan membeli.

b. Pengaruh motif sasirangan terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t tabel 1,984 dan nilai t hitung 1,834. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $t \text{ hitung } 1,834 < t \text{ tabel } 1,984$  dan nilai sig  $0,070 > 0,05$  maka hipotesis ditolak sehingga menjelaskan secara parsial bahwa variabel motif sasirangan tidak berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

Motif sasirangan adalah pola atau corak hiasan pada kain sasirangan. Motif sasirangan selalu berkembang seiring perkembangan zaman mulai dari bentuk sederhana ke naturalis, hingga berkembang menjadi bentuk geometris dan abstrak.

Keberagaman motif yang diciptakan oleh pengrajin pada setiap kain sasirangan menjadikannya beragam dan indah. Allah SWT sangat menyukai keindahan, sebagaimana hadis Nabi Muhammad SAW yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah Maha indah dan mencintai keindahan*”(An-Naisaburi, tt, hlm. 93).

Motif sasirangan yang ditawarkan pada usaha Dzifa Sasirangan sangat beragam, mulai dari motif tradisional seperti gigi haruan, kambang kacang, hiris gagatas, kambang sakiki, daun jaruju, tampuk manggis dan naga balimbur sampai motif modern seperti sarigading, kambang mawar, kambang melati, kambang malayap dan rumah banjar. Namun berdasarkan hasil uji t pada variabel motif sasirangan menjelaskan bahwa motif sasirangan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin karena diketahui bahwa kualitas pelayanan dan harga lebih berpengaruh daripada motif sasirangan itu sendiri.

c. Pengaruh harga terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t tabel 1,984 dan nilai t hitung 3,895. Hal tersebut menunjukkan bahwa t hitung  $3,895 > t$  tabel 1,984 dan nilai sig  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis diterima sehingga menjelaskan secara parsial bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli pada usaha Dzifa Sasirangan Banjarmasin.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan produk atau jasa tersebut (Kotler & Amstrong,

2016, hlm. 212). Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.

Dalam Islam, harga termasuk bagian dari jual beli yang merupakan proses pemindahan kepemilikan barang atau harta. Harga harus sesuai dengan kualitas produk, jika tidak sesuai maka hal tersebut bertentangan dengan firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa/4:28. Praktik diskriminasi harga juga dilarang dalam Islam, penjual dilarang menetapkan harga yang berbeda kepada setiap pembeli pada barang yang sama. Harga yang ditetapkan Dzifa Sasirangan Banjarmasin sudah sesuai dengan perintah agama Islam yaitu didasarkan pada prinsip keadilan, artinya harga yang ditetapkan tidak terlalu mahal namun juga tidak terlalu murah. Dengan demikian penjual memperoleh untung yang normal dan pembeli memperoleh manfaat dari barang yang dibeli.