

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Gambaran singkat Kecamatan Baamang

Kecamatan baamang adalah salah satu dari dua kecamatan yang terdapat dan berada di Kota sampit. Kota sampit adalah ibukota dari Kabupaten Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah yang berlokasi tepat di pesisir sungai mentaya. Kota sampit mempunyai wilayah seluas 1.365,95 km² dengan kondisi geografinya sebagian besar daerah dataran rendah dan sebagian lainnya daerah berawa, memiliki ketinggian dari permukaan laut dari 0 hingga mencapai 25 meter (“Sampit” 2023).

Kota Sampit memiliki dua kecamatan yaitu kecamatan Baamang dan kecamatan Mentawa Baru Ketapang. Masing-masing kecamatan memiliki beberapa kelurahan, kecamatan Mentawa Baru Ketapang memiliki empat kelurahan yaitu Kelurahan Ketapang, Kelurahan Mentawa Baru Hulu, Kelurahan Mentawa Baru Hilir, dan Kelurahan Sawahan. Sedangkan Kecamatan Baamang juga mempunyai empat kelurahan yaitu Kelurahan Baamang Tengah, Kelurahan Baamang Barat, Kelurahan Baamang Hilir, dan Kelurahan Baamang Hulu. Pada

tahun 2022 menurut data BPS Kabupaten kotawaringin timur total jumlah penduduk kota sampit adalah sebanyak 174.638 jiwa. Jumlah penduduk untuk kecamatan Baamang adalah sebanyak 72.737 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 37.021 jiwa dan jumlah perempuan sebanyak 35.716 jiwa (Badan Pusat Statistik 2022).

b. Gambaran singkat Pasar Tradisional Al-Kamal

Kecamatan Baamang memiliki beberapa pasar yang masih beroperasi hingga sekarang yaitu Pasar Keramat Baamang Sampit, Pasar Sejumpt Baamang Hulu, Pasar Tradisional Al-Kamal, Pasar Tradisional Tidar, dan Pasar Tradisional Baamang Tengah.

Lokasi Pasar Tradisional Al-Kamal terletak di Jalan Hasan Mansyur Baamang Sampit, Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah. Lokasi yang tidak jauh dari kawasan perumahan dan bangunan yang dirancang cukup nyaman menjadikan Pasar Tradisional Al-Kamal ini cukup representatif (Fathurahman 2021). Pasar Tradisional Al-Kamal beroperasi sejak 03 Mei 2019. Nama Al-Kamal diperoleh dari Mesjid Al-Kamal karena lokasi pasar tersebut berdampingan dengan Mesjid Al-Kamal. Sebelum diresmikan sebagai pasar tradisional Al-Kamal, pasar ini adalah pasar malam yang hanya dibuka pada malam hari untuk hari-hari tertentu dalam seminggu.

Pada tahun 2020, ada sebanyak 258 pedagang yang berjualan di Pasar Tradisional Al-Kamal. Para pedagang di kelompokkan menjadi 2 kategori yaitu kelompok pedagang yang menempati lapak dan

kelompok pedagang yang menempati kios atau toko. Pasar tradisional Al-Kamal berhasil masuk dalam peringkat 383 dalam kategori pasar tradisional unggulan dari sekitar 47.000 pasar tradisional di Indonesia di Program WEB Pasar yang difasilitasi oleh BRI pada tahun 2020. Dan pada awal tahun 2023 Pasar Tradisional Al-Kamal mendapatkan juara 1 pada lomba Pasar Tradisional tingkat Provinsi, dengan penilaian lomba diantaranya kebersihan, ketertiban, keamanan, dan masih banyak lainnya. Pasar Tradisional Al-Kamal akan mewakili KalTeng di tingkat Nasional.

Walaupun Pasar Tradisional Al-Kamal tidak memiliki Visi dan Misi, tetapi para pengelola pasar memegang peraturan yang telah dibuat untuk kenyamanan dan keamanan penjual maupun pembeli di Pasar Tradisional Al-Kamal. Menurut Pak Anang Junaidi, selaku ketua RT dan Ketua Pengelola Pasar mengatakan bahwa Para Pengelola pasar melarang keras rentenir, koperasi, dan bank keliling masuk ke wilayah Pasar Tradisional Al-Kamal, dan mereka senantiasa menjaga keamanan dan kebersihan serta kenyamanan para pengunjung sehingga nyaman untuk berbelanja disana.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran terkait kondisi responden. Pada penelitian ini responden berjumlah sebanyak 100 orang, yang mana merupakan pelanggan atau konsumen yang berbelanja produk-

produk yang dijual di pasar tradisional Al-Kamal. Data deskriptif yang menerangkan kondisi responden ialah tambahan informasi yang digunakan untuk memahami dan menegrti hasil penelitian. Karakteristik para responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu: Jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	31	31%
Perempuan	69	69%
TOTAL	100	100%

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 31 responden laki-laki dengan persentase 31% dan 69 responden perempuan dengan persentase 69%. Dengan demikian, jumlah total responden yang diteliti adalah 100 orang, dengan mayoritas pembeli berjenis kelamin perempuan.

b. Karakteristik responden berdasarkan usia responden

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
<18	8	8%
18-30 Tahun	49	49%
30-50 Tahun	37	37%
>50 Tahun	6	6%
TOTAL	100	100%

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2023

Menurut hasil pada tabel 4.2, terdapat beberapa kelompok usia responden. Kelompok pertama adalah usia di bawah 18 tahun (<18) dengan jumlah responden 8 orang dan persentase 8%. Kelompok kedua, berusia antara 18 hingga 30 tahun dengan jumlah responden 49 orang dengan persentase 49%. Kelompok ketiga, berusia antara 30 hingga 50 tahun, memiliki 37 responden dengan persentase 37%. Kelompok terakhir, yaitu kelompok usia di atas 50 tahun (>50) memiliki jumlah responden sebanyak 6 orang dengan persentase 6%. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata konsumen yang berbelanja di pasar tradisional Al-Kamal berusia 18-30 tahun.

c. Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan responden

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pns	16	16%
Swasta	40	40%
Pengusaha	7	7%
Pelajar/Mahasiswa	13	13%
Lainnya	24	24%
TOTAL	100	100%

Sumber : data diolah oleh penulis, 2023

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan 5 jenis pekerjaan kepada responden dalam kuesioner, sebagai berikut PNS, Swasta, Pengusaha, Pelajar/Mahasiswa, dan lainnya. Sesuai dengan hasil kuesioner yang telah penulis sebar di pasar tradisional Al-Kamal, berikut adalah hasil dari jawaban responden : responden yang bekerja sebagai PNS memiliki total 16 orang dengan persentase 16%, responden yang bekerja sebagai swasta memiliki total sejumlah 40 orang dengan

persentase 40%, responden yang bekerja sebagai pengusaha memiliki total sebanyak 7 orang dengan persentase 7%, responden yang masih pelajar/mahasiswa memiliki jumlah sebanyak 13 orang atau 13%, dan terakhir untuk pekerjaan lain-lain memiliki jumlah responden sebanyak 24 orang, dengan persentase 24%. Dari uraian dan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan pekerjaan swasta lebih dominan berbelanja di pasar tradisional al-kamal.

d. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan responden

Tabel 4.4
Penghasilan responden

Penghasilan	Jumlah	Persentase
< Rp500.000	6	6%
Rp500.000 – Rp2.500.000	47	47%
Rp2.500.000 - Rp5.000.000	35	35%
> Rp5.000.000	12	12%
TOTAL	100	100%

Sumber : data diolah oleh penulis, 2023

Tabel 4.3 memperlihatkan bahwasanya terdapat beberapa kelompok dari karakteristik berdasarkan penghasilan responden. Kelompok pertama yaitu responden yang mempunyai penghasilan kurang dari Rp 500.000 (< Rp 500.000) sejumlah 6 orang dengan persentase 6%, kelompok kedua yaitu responden yang berpenghasilan dari Rp500.000 hingga Rp2.500.000 berjumlah 47 orang dengan persentase 47%, kelompok ketiga adalah responden dengan penghasilan Rp2.500.000 sampai Rp5.000.000 sejumlah 35 orang dengan persentase 35%, dan kelompok terakhir yaitu responden yang mempunyai penghasilan lebih dari Rp5.000.000 berjumlah 12 orang

dengan persentase 12%. Dapat diambil kesimpulan bahwasanya konsumen yang berbelanja di pasar tradisional Al-Kamal dominan memiliki penghasilan lebih dari Rp1.000.000.

B. Analisis Data dan Hasil Penelitian

1. Analisis Data

Model *multiple linear regression* atau Regresi Linear Berganda Teknis digunakan pada analisis data di penelitian ini dan juga memanfaatkan *software SPSS 29 for window*. Sebelum dilakukan analisis pemecahan masalah, diperlukan adanya uji kualitas data mencakup uji validitas dan uji reliabilitas, serta diperlukan juga uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas. Hal ini dilakukan agar penelitian dapat mengungkapkan data dengan teliti dan juga tepat, serta dapat memenuhi persyaratan agar dapat dilanjutkan pada tahap analisis model regresi linier berganda.

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk mengukur seberapa akurat dan konsisten instrumen pengukuran dalam pengukuran data. Setiap pertanyaan dianjurkan untuk diuji validitasnya. *Output* r_{hitung} disandingkan dengan r_{tabel} , dimana $df = n-2$ dengan sig. 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga dapat dikatakan valid. Perhitungan r_{tabel} untuk uji validitas dengan tingkat sig. 5% yaitu :

Df = 100-2 =98, melihat di r_{tabel} , r_{tabel} untuk 98 adalah 0,196

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

ITEM PERNYATAAN	R_{hitung}	R_{tabel}	KETERANGAN
X1.1	0,747	0,196	VALID
X1.2	0,750	0,196	VALID
X1.3	0,897	0,196	VALID
X1.4	0,723	0,196	VALID
X2.1	0,702	0,196	VALID
X2.2	0,566	0,196	VALID
X2.3	0,840	0,196	VALID
X2.4	0,717	0,196	VALID
X3.1	0,466	0,196	VALID
X3.2	0,677	0,196	VALID
X3.3	0,625	0,196	VALID
X3.4	0,478	0,196	VALID
X4.1	0,827	0,196	VALID
X4.2	0,835	0,196	VALID
X4.3	0,877	0,196	VALID
X4.4	0,674	0,196	VALID
Y.1	0,614	0,196	VALID
Y.2	0,511	0,196	VALID
Y.3	0,587	0,196	VALID
Y.4	0,610	0,196	VALID

Sumber : SPSS Ver 29, 2023

Dari hasil tabel di atas dapat ditarik kesimpulan, bahwa tiap-tiap variabel *independent* ataupun variabel *dependent* punya nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,196, oleh karena itu semua variabel dapat dikatakan VALID.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan agar dapat mengetahui konsistensi dari jawaban sebuah angket. Koefisien reliabilitas memiliki kategori (Guilford 1956, 145) sebagai berikut :

0,80 < r_l 1 1,00 = reliabilitas sangat tinggi

0,60 < r_l 1 0,80 = reliabilitas tinggi

0,40 < r_l < 0,60 = reliabilitas sedang

0,20 < r_l < 0,40 = reliabilitas rendah

-1,00 r_l < 0,20 = reliabilitas sangat rendah (tidak *reliable*)

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas per variabel

VARIABEL	NILAI ALPHA CRONBACH	KETERANGAN
Harga (X1)	0,748	<i>Reliable</i> Tinggi
Kualitas Produk (X2)	0,675	<i>Reliable</i> Tinggi
Kelengkapan Produk (X3)	0,129	Tidak <i>Reliable</i>
Kebersihan (X4)	0,819	<i>Reliable</i> Tinggi
Loyalitas Konsumen (Y)	0,318	<i>Reliable</i> Rendah

Sumber : SPSS Ver 29, 2023

Sesuai dengan kategori dan tabel 4.6, bisa dinyatakan bahwa variabel bebas Harga, Kualitas produk, dan Kebersihan mempunyai *reliable* yang tinggi, sedangkan variabel bebas kelengkapan produk dianggap tidak *reliable*. Dan variabel terikat Loyalitas Konsumen memiliki *reliable* yang rendah.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas keseluruhan

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.814	20

Sumber : SPSS Ver 29, 2023

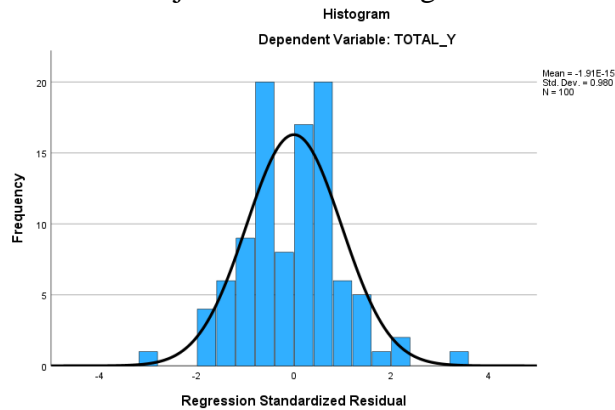
Tetapi jika dilakukan uji reliabilitas secara keseluruhan maka hasil dari uji tersebut disajikan pada tabel diatas, dapat dilihat dari nilai *Cronbach's alpha* yang lebih dari 0,60 maka bisa dikatakan seluruh variabel pada penelitian ini dianggap *reliable*.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

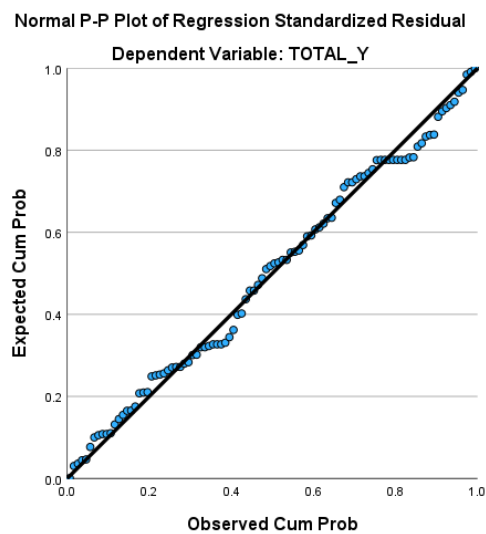
Penelitian ini menggunakan tiga jenis uji normalitas.

Gambar 4.1
Uji Normalitas Histogram



Gambar 4.1 menggambarkan hasil *output histogram*, kurva *dependent* dan *regression standardized residual* terlihat berbentuk menyerupai bel atau lonceng yang seimbang, yang menunjukkan adanya distribusi normal pada data dalam penelitian ini.

Gambar 4.2
Uji Normalitas



Gambar 4.2, dapat terlihat adanya titik-titik distribusi data yang berada didaerah sekitar garis diagonal, yang mengindikasikan bahwa data terdistribusi secara normal. Dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut terdistribusi secara wajar atau normal apabila plot data (titik-titik) yang merefleksikan data sebenarnya menuruti garis diagonal.

Tabel 4.8
Uji Normalitas Metode Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Standardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.97958969
Most Extreme Differences	Absolute		.062
	Positive		.062
	Negative		-.046
Test Statistic			.062
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.436
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.423
		Upper Bound	.448

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : SPSS Ver 29, 2023

Dari tabel 4.8 Uji Normalitas metode *Kolmogorov smirnov test* dapat terlihat dari nilai "Asymp. Sig. (2-tailed)" yang lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200 sehingga nilai residual terstandarisasi dalam penelitian ini dianggap terdistribusi secara normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dibutuhkan agar dapat mengetahui apakah terdapat kemiripan antara variabel *independent*. Kecocokan dari tiap-tiap variabel independent satu sama lain akan menghasilkan suatu korelasi atau hubungan yang amat kuat (Sujarweni 2015, 185). Model regresi yang baik adalah tidak adanya multikolinearitas diantara variabel-variabel *independent*.

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.826	1.681		4.655	<,001		
	Total_X1	.018	.098	.020	.182	.856	.641	1.560
	Total_X2	.239	.100	.298	2.396	.019	.506	1.978
	Total_X3	.330	.105	.341	3.153	.002	.667	1.500
	Total_X4	-.131	.077	-.176	-1.707	.091	.735	1.361

a. *Dependent Variable: TOTAL_Y*

Sumber : SPSS Ver 29, 2023

Multikolinearitas terjadi apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$. Begitu pula sebaliknya, bila *tolerance* memiliki nilai $> 0,10$ maka dikatakan tak terjadi multikolinearitas. Pada tabel di atas seluruh variabel bebas memiliki nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10 sehingga dianggap tak terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas bisa juga dilihat menurut nilai VIF, apabila nilai $VIF \geq 10,0$ maka terjadi multikolinearitas, dan sebaliknya bila nilai $VIF < 10,0$ maka tak terjadi multikolinearitas. Pada tabel di

atas menampilkan bahwa semua nilai dari VIF pada tiap variabel *independent* memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari pada 10,0 sehingga bisa ditarik kesimpulan multikolinearitas tak terjadi dalam data penelitian ini.

3) Uji Heterokedastisitas

Acuan pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas yaitu :

- a) Tak terjadi heterokedastisitas apabila hasil dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai sig. $> 0,05$
- b) Terjadi heterokedastisitas apabila hasil dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig. $< 0,05$

Tabel 4.10
Uji Heterokedastisitas

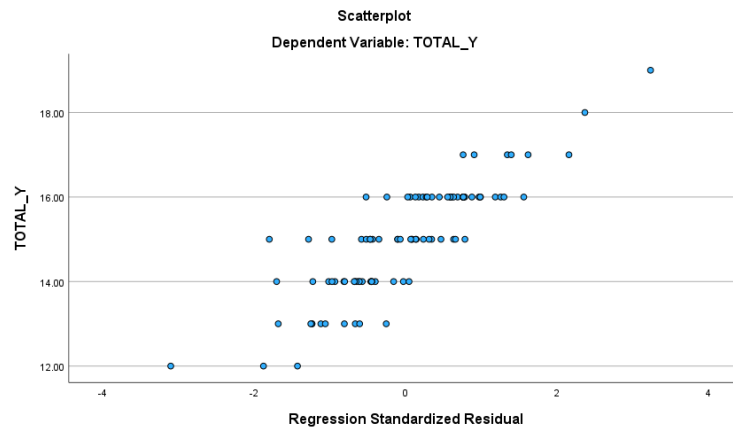
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.446	1.018		.438	.662
	Total_X1	.027	.059	.058	.455	.650
	Total_X2	.053	.060	.126	.879	.382
	Total_X3	-.062	.063	-.121	-.975	.332
	Total_X4	.006	.046	.015	.124	.902

a. Dependent Variable: ABSRESID

Sumber : SPSS Ver 29, 2023

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.10, memperlihatkan bahwa nilai signifikan masing-masing variabel *independent* lebih besar dari 0,05, yang berarti tidak terdapat masalah heterokedastisitas pada data tersebut.

Gambar 4.3
Uji Heterokedastisitas dengan uji scatterplot



Pada uji scatterplot di gambar 4.3 tidak ada masalah heterokedastisitas jika tidak ada pola yang terlihat jelas digambar scatterplot dan titik-titik terdistribusi di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y. Dari hasil Uji scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah angka 0, maka disimpulkan tidak ada masalah heterokedastisitas pada data ini.

c. Regresi Linear Berganda (*Multiple Linear Regression*)

Tujuan dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah untuk menemukan pengaruh variabel *independent* yaitu harga, kualitas produk, kelengkapan produk dan kebersihan terhadap loyalitas konsumen pada pasar tradisional Al-Kamal Baamang Kalimantan Tengah. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis linier berganda (*multiple linear regression*), Analisis ini tidak hanya

dapat melihat seberapa jauh pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent, tetapi juga dapat menunjukkan arah pengaruhnya.

Perhitungan regresi linier berganda dikerjakan dengan bantuan dari *software SPSS 29 for Windows*. Analisis ini dilakukan guna memprediksi besarnya nilai seluruh variabel, apakah variabel independen meningkat atau menurun, dan juga agar dapat mengetahui kemana arah hubungan diantara variabel *independent* dengan variabel *dependent*. Berikut rumus regresi linier berganda dengan 4 variabel independen:

Tabel 4.11
Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.826	1.681		4.655	<,001
	Total_X1	.018	.098	.020	.182	.856
	Total_X2	.239	.100	.298	2.396	.019
	Total_X3	.330	.105	.341	3.153	.002
	Total_X4	-.131	.077	-.176	-1.707	.091

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : SPSS Ver 29, 2023

Persamaan regresi dari tabel diatas adalah sebagai berikut :

$$Y = 7,826 + 0,018 X1 + 0,239X2 + 0.330X3 + (-0,131)X4 + e$$

Berikut uraian dari persamaan regresi di atas:

- Konstanta sebesar 7,826 berarti seluruh variabel bebas (harga, kualitas produk, kelengkapan produk, dan kebersihan) dalam kondisi tetap atau konstan, maka variabel tetap (loyalitas konsumen) pada pelanggan di Pasar Tradisional Al-Kamal

menambahkan variabel-variabel lain selain harga, kualitas produk, kelengkapan produk dan kebersihan, seperti keamanan, citra merek, lokasi dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A. A. Islahi. 1997. *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*,. Surabaya: PT. Bina Ilmu.
- Agustianto. 2011. “Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Sharia Economics*.
- Al-Buny, Djamaluddin Ahmad. 2003. *Keteladanan Hidup Nabi Muhammad Saw*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Al-Qardhawi, Yusuf. 1997a. *Fiqh Peradaban: Sunnah Sebagai Paradigma Ilmu Pengetahuan*. Surabaya: Dunia Ilmu.
- . 1997b. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Amir, A Amri, Junaidi, and Yulmardi. 2009. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya*. 1st ed. Bogor: IPB Press.
- Engel, and Paul D Blaewel. 2002. *Perilaku Konsumen Edisi Ke Enam*. Jakarta: Binapura Aksara.
- Gaffar, Vanessa. 2007. *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. 4th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guilford, J.P. 1956. *Fundamental Statistic in Psychology and Education*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.

- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kolcaba, Katherine. 2003. *Comfort Theory and Practice: A Vision for Holistic Care and Research*. New York: Springer Publishing Co
- Kotler, and Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, and K Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. 12 Jilid 1. Kembang-Jakarta Barat: PT INDEKS.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Kedua belas, Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- . 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Ke-12. 1. Jakarta: Erlangga.
- . 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 13th ed. 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. 12th ed. 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Kewirausahaan : Metode, Manajemen, Dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Malano, Hermanto. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta: Gramedia.
- Mulyono. 2018. *BUKU AJAR MATAKULIAH ILMU SOSIAL BUDAYA DASAR*. Semarang: STIKES Widya Husada.
- (P3EI), Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. 2011. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Rahardjo. 2006. *Pengendalian Dampak Lingkungan*. Surabaya: Airlangga.
- Rokhmat. 2012. "Mekanisme Pasar Dalam Islam." In . Book Antiq.

- Sarwat, Ahmad. 2018. *Fiqih Jual Beli*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing.
- Satwiko. 2009. *Pengertian Kenyamanan Dalam Suatu Bangunan*. Yogyakarta: Wingjosoebroto.
- Soekirno, Sadono. 2001. *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. 5th ed. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- . 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- . 2008. *Strategi Pemasaran*. Ke-3. Yogyakarta: ANDI.
- Untoro, Joko. 2010. *Ekonomi*. Jakarta: Kawahmedia.
- Utami, Chistina Widhya. 2010. *Manajemen Ritel : Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Widyati, Retno, and Yuliarsih. 2002. *Higienis Dan Sanitasi*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. 1st ed. Jakarta: PT Indeks.

Jurnal

- Asamoah, Emmanuel Selase, and Miloslava Chovancova. 2011. "The Influence of Price Endings on Consumer Behavior : An Application of Psychology of Perception." *ACTA UNIVERSITATIS AGRICULTURAE ET SILVICULTURAE MENDELIANAE BRUNENSIS* LIX, No. 7.
- Garvin, David A. 1984. "What Does 'Product Quality' Really Mean." *Sloan Management Review*.
- Ghafur, Abd. 2019. "Mekanisme Pasar Perspektif Islam." *Iqtishodiyah* 5, Nomor 1 (January).
- Ludji, Sarce Jublina, Mario Bano, and I Wayan Nampa. 2021. "Pengaruh Citra Pasar Tradisional Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Di Pasar Oesapa Kota Kupang)." *Jurnal Excellentia* X No. 2.
- Mangeswuri, Dewi Restu, and Niken Paramita Purwanto. 2010. "Revitalisasi Pasar Tradisional Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik* 2 No. 1.
- Maulina, Sinta. 2023. "Melihat Kualitas Lingkungan Pasat Tradisional Banyuwangi Dengan Kacamata PERMENKES No. 17 Tahun 2020." *Universitas Airlangga*. https://unair.ac.id/post_fetcher/sekolah-ilmu-kesehatan-ilmu-alam-melihat-kualitas-lingkungan-pasar-tradisional-banyuwangi-dengan-kacamata-permenkes-no-17-tahun-2020/.
- Nurudeen, Akorede Seun, and Atanda Toyin. 2020. "Knowledge of Personal Hygiene among Undergraduates." *Journal of Health Education* 5 No. 2: 66–71. <http://dx.doi.org/10.15294/jhe.v5i2.38383>.

- Purwanto, Hari, Heny Sidanti, and Dian Citaningtyas Ari Kadi. 2022. "Traditional Market Transformation Into Digital Market (Indonesian Traditional Market Research Library)." *International Journal of Science, Technology & Management*.
- Raharjani, Jeni. 2005. "Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)." *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi* 2 No. 1.
- Safa'atillah, Nurus. 2019. "Pengaruh Faktor Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Basmalah Market Karanggeneng." *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research* 3, No. 1.
- Stanton, W. 2006. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki." *Jurnal Ilmi Dan Riset Manajemen* 5.
- Wibisono, Ekky Suti. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah Di Balongbendo." Surabaya: Universitas Bhayangkara.
- Widodo, Tri. 2016. "PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Swalayan Ada Baru Di Kota Salatiga)." *AMONG MAKARTI* 9 (1). <https://doi.org/10.52353/ama.v9i1.129>.

Skripsi

Sitepu, Nova Eryana. 2017. “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pasar Setia Budi SB Grup Medan).” Medan: Universitas Negeri Meda.

Sola, Indah. 2017. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Sakola Factory Outlet Jogja).” Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Syaripudin, Jihad. 2021. “PENGARUH KEBERSIHAN DAN KENYAMANAN DI PASAR SEGAR PAAL DUA MANADO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN.” Manado: Institut Agama Islam Negeri Manado

Website

Badan Pusat Statistik. 2022. “Jumlah Penduduk Kabupaten Kotawaringin Timur (Jiwa), 2020-2022.” <https://kotimkab.bps.go.id/indicator/12/32/1/jumlah-penduduk-kabupaten-kotawaringin-timur.html>.

Fathurahman. 2021. “KaltengPedia - Pasar Tradisional Al-Kamal Sampit, Kotim Kalteng.” *Banjarmasin Post*.
<https://banjarmasin.tribunnews.com/2021/03/07/kaltengpedia-pasar-tradisional-al-kamal-sampit-kotim-kalteng>.

“Kamus Besar Bahasa Indonesia.” 2021. In . <https://kbbi.web.id/>.

Kementerian Kesehatan. 2020. “PERMENKES No. 17 Tahun 2020 Tentang Pasar Sehat.”

Pemerintah Pusat Republik Indonesia. 1962. “UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 11 TAHUN 1962 TENTANG HYGIENE UNTUK USAHA-USAHA BAGI UMUM.” Pemerintah Indonesia.

“Sampit.” 2023. In . Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Sampit>.

Sampoerna University. 2022. “Teknik Analisis Data: Pengertian, Macam, Dan Cara Pemilihan.” 2022. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/teknik-analisis-data/>.

LAMPIRAN

1. Riwayat Hidup

Nama : Febria Indah Wahyuni
Tempat dan tanggal lahir: Bandar Lampung, 28 Januari 2001
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Status : Single/Belum Menikah
Alamat : Jalan. Perumahan wengga metro muara jalur 2 No.
75 Rt 05 Rw. 02 Kec. Baamang, Sampit,
Kalimantan Tengah

Riwayat Pendidikan :

1. SDN 5 Mentawa baru Hulu, 2013
2. MTs Negeri, 2016
3. SMKNegeri 1 Sampit, 2019
4. UIN Antasari Banjarmasin, sekarang

Pengalam Kerja :

1. Magang di Bank Kalteng cab. Sampit, 2018
2. Pegawai di Apotek Indah Farma, 2019
3. Pegawai di Konter Hp, 2020
4. Magang di BAPENDA Sampit, 2022
5. Admin di Maulana Architect Studio, 2023
6. Pegawai di Toko SHMG Sampit, 2023

Orang Tua :

- Ayah : Sodri Wahyudi
Pekerjaan : Pegawai Swasta
- Ibu : Yeti Oktarita
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Saudara : Anak Pertama dari 5 bersaudara

2. Kuesioner Penelitian

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kelengkapan Produk, Dan Kebersihan Terhadap Loyalitas Konsumen Pasar Tradisional Al-Kamal Baamang, Kalimantan Tengah

Yth. Saudara/Saudari
Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) di UIN Antasari Banjarmasin, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan judul penelitian diatas, maka saya memberitahukan bahwa saya (peneliti) akan melakukan survey penelitian pada konsumen Pasar Tradisional Al-Kamal Baamang.

Oleh Karena itu, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi daftar pertanyaan (kuesioner) ini. Data yang telah terkumpul nantinya akan dianalisis dan disajikan secara keseluruhan, sesuai dengan etika penelitian, data tersebut akan terjaga kerahasiaannya, dan semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Kemudian saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dengan kesediaan saudara/saudari dalam meluangkan waktunya untuk membantu penelitian saya dengan mengisi angket ini.

Peneliti,



Febria Indah Wahyuni

A. IDENTITAS KONSUMEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin (Pilih salah satu alternatif jawaban)
 - Laki-Laki Perempuan
3. Usia
 - <18 tahun 18 – 30 tahun 30-50 tahun
 - >50 tahun
4. Pekerjaan
 - PNS Swasta Pengusaha
 - Pelajar/Mahasiswa Lainnya
5. Penghasilan /bulan
 - <Rp 500.000 Rp 500.000 – Rp 2.500.000
 - Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000 >Rp 5.000.000

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah jawaban pada pernyataan dibawah ini sesuai dengan pendapat Saudara/I, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang telah disediakan dengan keterangan berikut :

SS	S	N	TS	STS
Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Cukup Setuju (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)

1. Harga

No	PERNYATAAN	Nilai				
		SS	S	N	TS	TST
1	Harga Produk di Pasar Tradisional Al-Kamal terjangkau					
2	Harga Produk di Pasar Tradisional Al-Kamal Termasuk harga yang adil					
3	Harga Produk di Pasar Tradisional Al-Kamal Termasuk harga yang wajar					
4	Harga Produk di Pasar Tradisional Al-Kamal sesuai dengan kualitas produk					

2. Kualitas Produk

No	PERNYATAAN	Nilai				
		SS	S	N	TS	TST
1	Produk yang ditawarkan pedagang di Pasar Tradisional Al-Kamal memiliki Kualitas yang baik					
2	Kualitas produk yang ditawarkan pedagang di Pasar Tradisional Al-Kamal sesuai dengan harga					
3	Produk di Pasar Tradisional Al-Kamal terjamin bersih dan higienis					
4	Kualitas produk yang di jual di Pasar Tradisional Al-Kamal sesuai dengan selera saya					

3. Kelengkapan Produk

No	PERNYATAAN	Nilai				
		SS	S	N	TS	TST
1	Produk yang ditawarkan di Pasar Tradisional Al-Kamal hanya berupa sayur-mayur.					
2	Keberagaman Produk di Pasar Tradisional Al-Kamal Cukup Lengkap					
3	Produk yang saya butuhkan/cari terdapat di Pasar Tradisional Al-Kamal					

4	Produk yang ditawarkan di Pasar Tradisional Al-kamal sesuai dengan kebutuhan berbagai Kalangan					
---	--	--	--	--	--	--

4. Kebersihan

No	PERNYATAAN	Nilai				
		SS	S	N	TS	TST
1	Kondisi Pasar Tradisional Al-Kamal bersih, dan rapi					
2	Suasana yang nyaman saat berbelanja di Pasar Tradisional Al-Kamal					
3	Saya betah berbelanja di pasar Al-Kamal karena Bersih, Rapi dan Nyaman					
4	Suasana di Pasar Al-Kamal dan tata letak nya membuat leluasa untuk berbelanja di sana					

5. Loyalitas Konsumen

No	PERNYATAAN	Nilai				
		SS	S	N	TS	TST
1	Pasar Tradisional Al-Kamal menjadi tempat berbelanja kebutuhan dalam jangka waktu yang panjang					
2	Pasar Tradisional Al-Kamal menjadi tempat prioritas saya untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari					
3	Anda akan merekomendasikan orang lain untuk berbelanja di Pasar Tradisional al-Kamal					
4	Saya tidak tertarik berbelanja di Pasar lain selain Pasar Tradisional Al-Kamal					