

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Toko Jilbab Aisyah

Toko Jilbab Aisyah Pelaihari didirikan pada tahun 2017 oleh seorang ibu rumah tangga bernama Siti Aisyah sekaligus pemilik dari Toko Aisyah yang terletak di jalan Datu Daim Kecamatan Pelaihari Kabupaten Tanah Laut Kalimantan Selatan. Penjualan jilbab dilakukan sendiri oleh pemilik Toko Jilbab Aisyah dengan dibantu oleh satu karyawan yang melakukan pelayanan dan menata-nata jilbab.

Pada masa dulu kebanyakan para wanita menggunakan kain panjang seperti selendang yang diletakkan di atas kepala dan ujungnya dililitkan di leher untuk menahan agar tidak mudah jatuh. Saat ini jilbab merupakan salah satu kebutuhan terutama untuk kaum wanita karena jilbab merupakan salah satu mode yang menunjang penampilan seorang wanita muslimah.

Hingga saat ini banyak produsen yang membuat produk jilbab dengan berbagai bentuk, bahan dan motif, sehingga pada masa sekarang semakin banyak pula pedagang yang menjual jilbab untuk mendapat keuntungan karena banyaknya peminat jilbab. Salah satunya Toko Jilbab Aisyah yang terletak di jalan Datu Daim Pelaihari, toko Aisyah merupakan salah satu toko dari sekian banyaknya toko yang menjual jilbab di Pelaihari.

Toko jilbab aisyah berjalan kurang lebih enam tahun yang berdiri sejak 2017, buka setiap hari dari senin - sabtu mulai pukul 08.00 – 17.00 untuk minggu mulai pukul 09.30 – 17.00. Harga yang dipatok mulai dari Rp 25.000 sampai 125.000 untuk baragam jenis jilbab. Namun tidak hanya jilbab yang dijual ditoko aisyah tetapi terdapat juga dalaman jilbab, handsock, kaos kaki, bros, jepit rambut, ikat rambut, jarum pentul dan beragam aksesoris lainnya yang dijual mulai dari harga Rp 5.000 sampai 15.000. Terdapat juga jilbab yang dijual satu set dengan jubah dan warna yang senada agar para konsumen tidak susah lagi mencari jilbab dengan warna yang sama untuk pakaian lainnya. Pakaian satu set ini tersedia dari ukuran anak-anak sampai dewasa. Dalam mempermudah pembeli memilih jilbab yang diinginkan, jilbab didalam toko disusun dengan rapi sesuai dengan jenisnya masing-masing yang diletakkan dengan cara digantung-gantung menggunakan kastok, tersusun dalam rak dan dalam etalase.

2. Karakteristik Responden

Penyajian data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para konsumen Toko Jilbab Aisyah Pelaihari yang memerlukan sebanyak 38 orang responden yang dilaksanakan sejak tanggal 16 Juni 2023 sampai dengan 16 Agustus 2023. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini ialah: nama, umur, alamat, dan profesi. Penyebaran kuesioner yang dilakukan ialah untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam melengkapi hasil penelitian dengan karakteristik responden yang diuraikan sebagai berikut:

a. Umur

Berdasarkan umur responden dalam penelitian ini yang terdapat dalam beberapa tingkatan yaitu dari umur 15-20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun dan 41-50 tahun keatas yang terdapat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi(n)	Persentase (%)
1	15-20	7	18%
2	21-30	19	50%
3	31-40	4	11%
4	41-50	8	21%
	Jumlah	38	100%

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel umur di atas dari 38 orang responden menunjukkan bahwa konsumen yang paling banyak melakukan pembelian berumur 21-30 tahun yaitu sebanyak 19 orang dengan jumlah persentase 50%, sedangkan konsumen dari umur 15-20 tahun sebanyak 7 orang dengan jumlah persentase 18%, konsumen dari umur 31-40 tahun sebanyak 4 orang dengan jumlah persentase 11% dan konsumen pada umur 41-50 tahun keatas sebanyak 8 orang dengan jumlah persentase 21%.

b. Profesi

Berdasarkan profesi dari para konsumen terdapat beberapa profesi yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Profesi

No	Pekerjaan	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	9	24%
2	PNS	1	2%
3	Pengajar/honorar	2	4%
4	Pegawai swasta	9	24%
5	Ibu Rumah tangga	18	46%
	Jumlah	38	100%

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel profesi di atas dari 38 orang responden menunjukkan bahwa konsumen yang paling banyak melakukan pembelian yaitu sebagai ibu rumah tangga menjadi yang paling tinggi sebanyak 18 orang dengan jumlah persentase 46%, sedangkan yang paling rendah ialah dari profesi PNS sebanyak 1 orang dengan jumlah persentase 4%, profesi pengajar atau honorar sebanyak 2 orang dengan jumlah persentase 4%, pada profesi pelajar atau mahasiswa sebanyak 9 orang dengan jumlah persentase 24% dan sama halnya dengan profesi pegawai swasta sebanyak 9 orang dengan jumlah persentase 24%. Dari hasil di atas peminat yang paling banyak melakukan pembelian jilbab di Toko Jilbab Aisyah di mayoritas oleh ibu rumah tangga.

B. Deskripsi Data Variabel Hasil Kuesioner Penelitian

Dari data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada para responden, maka dapat diketahui melalui uraian sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1)

Tabel 4. 3 Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga (X1)

Skor Jawaban Responden												
Item	STS(1)		TS(2)		KS(3)		S(4)		SS(5)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	0	0	0	0	1	3%	21	55%	16	42%	38	100%
2	0	0	0	0	0	0	26	68%	12	32%	38	100%
3	0	0	0	0	1	3%	20	53%	17	45%	38	100%
4	0	0	1	3%	7	18%	23	61%	7	18%	38	100%
5	0	0	2	5%	5	13%	26	68%	5	13%	38	100%
6	0	0	0	0	2	5%	20	82%	16	39%	38	100%

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, didapat hasil data variabel Harga (X1) dari para responden sehingga dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Item 1, jawaban terhadap pernyataan harga jilbab terjangkau untuk semua kalangan dari jumlah 38 orang responden sebanyak 16 orang menjawab sangat setuju, 21 orang menjawab setuju, dan 1 orang menjawab kurang setuju.
- b. Item 2, jawaban terhadap pernyataan harga jilbab bervariasi sesuai kualitas bahan dari jumlah 38 orang responden sebanyak 12 orang menjawab sangat setuju dan 26 orang menjawab setuju.

- c. Item 3, jawaban terhadap pernyataan harga jilbab sesuai dengan kualitas bahan dari jumlah 38 orang responden sebanyak 17 orang menjawab sangat setuju, 20 orang menjawab setuju dan 1 orang menjawab kurang setuju.
- d. Item 4, jawaban terhadap pernyataan harga jilbab lebih murah dibandingkan dengan toko yang lain dari jumlah 38 orang responden sebanyak 7 orang menjawab sangat setuju, 23 orang menjawab setuju, 7 orang menjawab kurang setuju, dan 1 orang menjawab tidak setuju.
- e. Item 5, jawaban terhadap pernyataan selisih harga yang berbeda dengan toko jilbab lain dari jumlah 38 orang responden sebanyak 5 orang menjawab sangat setuju, 26 orang menjawab setuju, 5 orang menjawab kurang setuju dan 2 orang menjawab tidak setuju.
- f. Item 6, jawaban terhadap pernyataan harga jilbab toko aisyah tertera dengan jelas dan dapat dimengerti dari jumlah 38 orang responden sebanyak 16 orang menjawab sangat setuju, 20 orang menjawab setuju, dan 2 orang menjawab kurang setuju.

2. Variabel Kualitas (X2)

Tabel 4. 4 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas (X2)

Skor Jawaban Responden												
Item	STS(1)		TS(2)		KS(3)		S(4)		SS(5)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	0	0	0	0	11	29%	23	61%	4	11%	38	100%
2	0	0	0	0	0	0	26	68%	12	32%	38	100%

3	0	0	0	0	0	0	32	84%	6	16%	38	100%
4	0	0	0	0	0	0	31	82%	7	18%	38	100%
5	0	0	0	0	0	0	21	55%	17	45%	38	100%
6	0	0	0	0	0	0	20	53%	18	47%	38	100%
7	0	0	0	0	1	3%	23	61%	15	39%	38	100%

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, didapat hasil data variabel Kualitas (X2) dari para responden sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Item 1, jawaban terhadap pernyataan kualitas jilbab lebih unggul dibandingkan toko lain dari jumlah 38 orang responden sebanyak 4 orang menjawab sangat setuju, 23 orang menjawab setuju dan 11 orang menjawab kurang setuju.
- b. Item 2, jawaban terhadap pernyataan kualitas jilbab memiliki daya tahan yang baik dari jumlah 38 orang responden sebanyak 12 orang menjawab sangat setuju dan 26 orang menjawab setuju.
- c. Item 3, jawaban terhadap pernyataan kualitas jilbab tidak mudah luntur dari jumlah 38 orang responden sebanyak 6 orang menjawab sangat setuju dan 32 orang menjawab setuju.
- d. Item 4, jawaban terhadap pernyataan kualitas jilbab tidak mudah rusak dari jumlah 38 orang responden sebanyak 7 orang menjawab sangat setuju dan 31 orang menjawab setuju.

- e. Item 5, jawaban terhadap pernyataan kualitas jilbab memberikan kenyamanan saat dipakai dari jumlah 38 orang responden sebanyak 17 orang menjawab sangat setuju dan 21 orang menjawab setuju.
- f. Item 6, jawaban terhadap pernyataan memiliki banyak variasi model hijab dari jumlah 38 orang responden sebanyak 18 orang menjawab sangat setuju dan 20 orang menjawab setuju.
- g. Item 7, jawaban terhadap pernyataan banyak variasi warna yang tersedia dari jumlah 38 orang responden sebanyak 15 orang menjawab sangat setuju, 23 orang menjawab setuju dan 1 orang menjawab kurang setuju.

3. Variabel Pelayanan (X3)

Tabel 4. 5 Jawaban Responden Terhadap Variabel Pelayanan (X3)

Skor Jawaban Responden												
Item	STS(1)		TS(2)		KS(3)		S(4)		SS(5)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	0	0	0	0	1	3%	31	82%	6	16%	38	100%
2	0	0	0	0	1	3%	24	63%	13	34%	38	100%
3	0	0	0	0	0	0	25	66%	13	34%	38	100%
4	0	0	0	0	8	21%	26	68%	4	11%	38	100%
5	0	0	0	0	2	5%	32	84%	4	11%	38	100%
6	0	0	0	0	1	3%	30	79%	7	18%	38	100%
7	0	0	0	0	0	0	29	76%	9	24%	38	100%

8	0	0	0	0	1	3%	19	50%	17	45%	38	100%
9	0	0	0	0	1	3%	24	63%	13	34%	38	100%
10	0	0	0	0	2	5%	25	66%	11	29%	38	100%

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, didapat hasil data variabel Pelayanan (X3) dari para responden sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Item 1, jawaban terhadap pernyataan pelayanan yang diberikan karyawan toko selalu memberikan pelayanan yang cepat tanggap terhadap pembeli yang membutuhkan bantuan dari jumlah 38 orang responden sebanyak 6 orang menjawab sangat setuju, 31 orang menjawab setuju dan 2 orang menjawab kurang setuju.
- b. Item 2, jawaban terhadap pernyataan karyawan toko melayani dengan ramah dan sopan pada pembeli dari jumlah 38 orang responden sebanyak 13 orang menjawab sangat setuju dan 24 orang menjawab setuju dan 1 orang menjawab kurang setuju.
- c. Item 3, jawaban terhadap pernyataan karyawan memberikan respon yang baik pada para pembeli dari jumlah 38 orang responden sebanyak 13 orang menjawab sangat setuju dan 25 orang menjawab setuju.
- d. Item 4, jawaban terhadap pernyataan karyawan memberikan penjelasan yang jelas kepada para pembeli yang merasa bingung dengan model jilbab dari jumlah 38 orang responden sebanyak 4 orang

- menjawab sangat setuju, 26 orang menjawab setuju dan 8 orang menjawab kurang setuju.
- e. Item 5, jawaban terhadap pernyataan karyawan memberikan pelayanan yang dapat diandalkan para pembeli dari jumlah 38 orang responden sebanyak 4 orang menjawab sangat setuju, 32 orang menjawab setuju dan 2 orang menjawab kurang setuju.
 - f. Item 6, jawaban terhadap pernyataan karyawan mengutamakan kepentingan pembeli dari jumlah 38 orang responden sebanyak 7 orang menjawab sangat setuju, 30 orang menjawab setuju dan 1 orang menjawab kurang setuju.
 - g. Item 7, jawaban terhadap pernyataan karyawan melayani pembeli dengan ramah dan profesional dari jumlah 38 orang responden sebanyak 9 orang menjawab sangat setuju dan 29 orang menjawab setuju.
 - h. Item 8, jawaban terhadap pernyataan penataan jilbab dalam toko terkesan rapi dari jumlah 38 orang responden sebanyak 17 orang menjawab sangat setuju, 19 orang menjawab setuju dan 1 orang menjawab kurang setuju.
 - i. Item 9, jawaban terhadap pernyataan terjaganya kebersihan di toko jilbab aisyah dari jumlah 38 orang responden sebanyak 13 orang menjawab sangat setuju, 24 orang menjawab setuju dan 1 orang menjawab kurang setuju.

- j. Item 10, jawaban terhadap pernyataan persediaan jilbab yang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pembeli dari jumlah 38 orang responden sebanyak 11 orang menjawab sangat setuju, 25 orang menjawab setuju dan 2 orang menjawab kurang setuju.

4. Variabel Keputusan Pembelian Y

Tabel 4. 6 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Skor Jawaban Responden												
Item	STS(1)		TS(2)		KS(3)		S(4)		SS(5)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	0	0	0	0	2	5%	24	63%	12	32%	38	100%
2	0	0	2	5%	2	5%	19	50%	15	39%	38	100%
3	0	0	0	0	3	8%	25	66%	10	29%	38	100%
4	0	0	0	0	3	8%	23	61%	12	32%	38	100%
5	0	0	1	3%	3	8%	25	66%	9	8%	38	100%
6	0	0	0	0	1	3%	21	55%	16	42%	38	100%
7	0	0	0	0	6	16%	28	74%	4	11%	38	100%
8	0	0	1	3%	10	26%	24	63%	3	8%	38	100%
9	0	0	0	0	1	3%	21	55%	16	42%	38	100%
10	0	0	0	0	1	3%	24	63%	13	34%	38	100%

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, didapat hasil data variabel Keputusan Pembelian

(Y) dari para responden sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Item 1, jawaban terhadap pernyataan membeli karena adanya kebutuhan dari jumlah 38 orang responden sebanyak 12 orang menjawab sangat setuju, 24 orang menjawab setuju dan 2 orang menjawab kurang setuju.
- b. Item 2, jawaban terhadap pernyataan membeli jilbab berdasarkan rekomendasi orang lain dari jumlah 38 orang responden sebanyak 15 orang menjawab sangat setuju, 19 orang menjawab setuju, 2 orang menjawab kurang setuju, dan 2 orang menjawab tidak setuju..
- c. Item 3, jawaban terhadap pernyataan adanya ketertarikan untuk membeli dari jumlah 38 orang responden sebanyak 10 orang menjawab sangat setuju, 25 orang menjawab setuju dan 3 orang menjawab kurang setuju.
- d. Item 4, jawaban terhadap pernyataan model jilbab mengikuti trend masa kini dari jumlah 38 orang responden sebanyak 12 orang menjawab sangat setuju, 23 orang menjawab setuju dan 3 orang menjawab kurang setuju.
- e. Item 5, jawaban terhadap pernyataan memutuskan untuk membeli jilbab di toko aisyah setelah membandingkan model dan harga dengan toko yang lain dari jumlah 38 orang responden sebanyak 9 orang menjawab sangat setuju, 25 orang menjawab setuju, 3 orang menjawab kurang setuju, dan 1 orang menjawab tidak setuju.
- f. Item 6, jawaban terhadap pernyataan memutuskan untuk melakukan pembelian karena produknya memiliki kualitas yang bagus dari

- jumlah 38 orang responden sebanyak 16 orang menjawab sangat setuju, 21 orang menjawab setuju dan 1 orang menjawab kurang setuju.
- g. Item 7, jawaban terhadap pernyataan melakukan pembelian secara berulang-ulang dari jumlah 38 orang responden sebanyak 4 orang menjawab sangat setuju, 28 orang menjawab setuju dan 6 orang menjawab kurang setuju.
- h. Item 8, jawaban terhadap pernyataan Jika terdapat jilbab model terbaru akan mencari di toko jilbab aisyah terlebih dahulu dari jumlah 38 orang responden sebanyak 3 orang menjawab sangat setuju, 24 orang menjawab setuju, 10 orang menjawab kurang setuju dan 1 orang menjawab tidak setuju.
- i. Item 9, jawaban terhadap pernyataan merasa puas dengan jilbab yang dibeli dari jumlah 38 orang responden sebanyak 16 orang menjawab sangat setuju, 21 orang menjawab setuju dan 1 orang menjawab kurang setuju.
- j. Item 10, jawaban terhadap pernyataan merasa sangat senang setelah membeli jilbab di toko aisyah dari jumlah 38 orang responden sebanyak 13 orang menjawab sangat setuju, 24 orang menjawab setuju dan 1 orang menjawab kurang setuju.

C. Analisis Data dan Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui valid atau diterima tidaknya setiap butir pertanyaan atau pernyataan yang akan digunakan dalam kuesioner. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk mengetahui nilai r table dengan tingkat signifikansi 0,05% dimana $N = 38$, maka diperoleh nilai r table sebesar 0,320, untuk mengetahui nilai dari r hitung menggunakan alat bantu dari program SPSS versi 22 sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Harga	X1.1	0,654	0,320	VALID
	X1.2	0,379	0,320	VALID
	X1.3	0,662	0,320	VALID
	X1.4	0,718	0,320	VALID
	X1.5	0,632	0,320	VALID
	X1.6	0,716	0,320	VALID
Kualitas	X2.1	0,575	0,320	VALID
	X2.2	0,594	0,320	VALID
	X2.3	0,673	0,320	VALID
	X2.4	0,641	0,320	VALID
	X2.5	0,610	0,320	VALID

	X2.6	0,690	0,320	VALID
	X2.7	0,599	0,320	VALID
Pelayanan	X3.1	0,676	0,320	VALID
	X3.2	0,643	0,320	VALID
	X3.3	0,734	0,320	VALID
	X3.4	0,649	0,320	VALID
	X3.5	0,791	0,320	VALID
	X3.6	0,602	0,320	VALID
	X3.7	0,773	0,320	VALID
	X3.8	0,645	0,320	VALID
	X3.9	0,581	0,320	VALID
	X3.10	0,672	0,320	VALID
Keputusan Pembelian	Y1	0,578	0,320	VALID
	Y2	0,617	0,320	VALID
	Y3	0,617	0,320	VALID
	Y4	0,618	0,320	VALID
	Y5	0,576	0,320	VALID
	Y6	0,748	0,320	VALID
	Y7	0,636	0,320	VALID
	Y8	0,411	0,320	VALID
	Y9	0,707	0,320	VALID

	Y10	0,600	0,320	VALID
--	-----	-------	-------	-------

Sumber: Data diolah 2023

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrument yang digunakan untuk mengetahui data yang digunakan apakah dapat dipercaya dan diandalkan. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada table Cronbach's Alpha, yang akan bandingkan dari nilai cronbach's dengan taraf signifakansinya yaitu:

- a. Jika nilai Cronbach's alpha $> 0,6$ maka dinyatakan reliabel
- b. Jika nilai Cronbach's alpha $< 0,6$ maka dinyatakan tidak reliabel

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	33

Sumber: Data diolah 2023 (SPSS Versi 22)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat pada nilai Cronbach's Alpha diperoleh nilai sebesar 0,920 yang mana lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan jika semua item pernyataan dalam setiap variabel X1, X2, X3 dan Y dinyatakan reliabel.

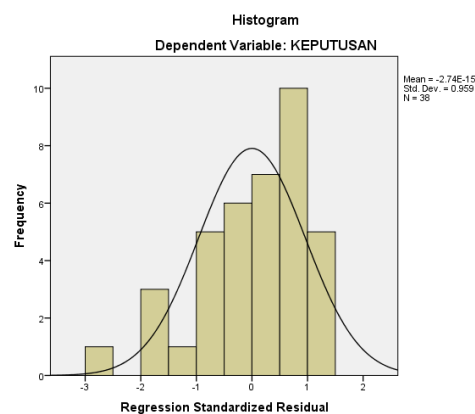
3. Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang

digunakan berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui data tersebut normal maka perlu dilakukan pengujian dengan melihat melalui grafik Histogram, p-plot dan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

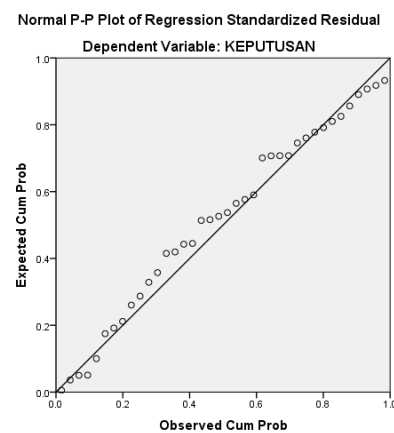
Gambar 34.1 Hasil Uji Histogram



Sumber: Data diolah 2023 (SPSS Versi 22)

Berdasarkan gambar grafik histogram diatas, dapat disimpulkan jika data berdistribusi normal dengan data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Gambar 4.2 Hasil Uji P-plot



Sumber: Data diolah 2023 (SPSS Versi 22)

Dapat dilihat pada gambar p-plot diatas jika titik-titik berada disekitaran yang mendekati garis dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan jika data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.50268939
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.061
	Negative	-.103
Test Statistic		.103
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah 2023 (SPSS Versi 22)

Berdasarkan tabel hasil uji diatas dengan melakukan uji Kolmogorov Smirnov yang dapat dilihat pada nilai Asymp. Sig. (2-tailed) diperoleh sebesar 0,200 yang mana nilai sig. $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui adanya multikolonieritas dalam suatu model regresi dapat diketahui dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF)

- 1) Jika nilai tolerance lebih kecil dari ($<$) 0,1, maka terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai tolerance lebih besar dari ($>$) 0,1, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai VIF lebih besar dari ($>$) 10, maka terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai VIF lebih kecil dari ($<$) 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.478	6.418		1.632	.112		
HARGA	.635	.273	.399	2.328	.026	.486	2.057
KUALITAS	-.168	.276	-.099	-.610	.546	.544	1.837
PELAYANAN	.481	.205	.444	2.349	.025	.400	2.502

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data diolah 2023 (SPSS Versi 22)

Berdasarkan tabel diatas dalam uji multikolonieritas dapat dilihat pada nilai Tolerance dan VIF sebagai berikut:

- 1) Nilai tolerance variabel harga (X1) sebesar 0,486, nilai variabel kualitas (X2) sebesar 0,544 dan nilai variabel pelayanan (X3) sebesar 0,400 yang mana nilai tolerance lebih besar dari 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.
- 2) Nilai VIF variabel harga (X1) sebesar 2,057, nilai variabel kualitas (X2) sebesar 1,837 dan nilai variabel pelayanan (X3) sebesar 2,502

yang mana nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui adanya heterokedastisitas dalam suatu model regresi dapat diketahui dengan melihat nilai signifikan yang terdapat dari hasil uji Glasjer dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig. lebih kecil dari ($<$) 0,05, maka terdapat heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai sig. lebih besar dari ($>$) 0,05, maka tidak terdapat heteroskedastisitas

Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5.650	3.659		-1.544	.132
HARGA	.016	.155	.024	.103	.919
KUALITAS	.066	.157	.092	.421	.676
PELAYANAN	.124	.117	.270	1.064	.295

Sumber: Data diolah 2023 (SPSS Versi 22)

Berdasarkan tabel uji heteroskedastisitas diatas dapat dilihat pada nilai sig untuk variabel harga (X1) sebesar 0,919, nilai variabel kualitas (X2)

sebesar 0,421 dan nilai variabel pelayanan (X3) sebesar 0,295, yang mana nilai sig lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas

d. Uji Autokorelasi

Uji Durbin-Watson (D) dapat diketahui dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika d (durbin watson) lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL) maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d (durbin watson) terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.717 ^a	.514	.471	2.61077	1.904

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN , KUALITAS, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data diolah 2023 (SPSS Versi 22)

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai Durbin-Watson (d) sebesar 1,904. Nilai dU dan dL dapat diketahui berdasarkan $K = 3$ dan $N = 38$ dengan taraf sig 5%, didapatkan nilai $dU = 1,656$ dan $dL = 1,317$. Dapat dijelaskan jika nilai d lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1,656 dan kurang dari (4-du) $4 - 1,656 = 2,344$ atau $1,656 < 1,904 < 2,344$. Maka

sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji durbin watson di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui prediksi atau peramalan suatu model yang terdapat didalamnya variabel dependen atau tidak bebas (Y) dan variabel independen atau bebas (X). Regresi berganda akan menguji lebih dari satu variabel independen (X1,X2,X3...). Rumus yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda (Sugiyono, 2012:277) yaitu:

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

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

α = konstanta

X1 = Harga, X2 = Kualitas dan X3 = Pelayanan

b1 = koefisien regresi dari x1 (harga)

b2 = koefisien regresi dari x2 (kualitas)

b3 = koefisien regresi dari x3 (pelayanan)

e = *standard error*

Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.478	6.418		1.632	.112
HARGA	.635	.273	.399	2.328	.026
KUALITAS	-.168	.276	-.099	-.610	.546
PELAYANAN	.481	.205	.444	2.349	.025

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEM

Sumber: Data diolah 2023 (SPSS Versi 22)

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil dari analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

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

$$Y = 10,478 + 0,635 X_1 - 0,168 X_2 + 0,481 X_3 + e$$

Keterangan:

- Nilai konstanta sebesar 10,478 berarti jika variabel harga (X_1), kualitas (X_2) dan pelayanan (X_3) tidak mengalami perubahan, maka nilai keputusan pembelian sebesar 10,478.
- Harga (X_1) nilai koefisien dari variabel harga sebesar 0,635 berarti pada setiap harga mengalami peningkatan sebesar 1% maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,635 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tidak berubah.
- Kualitas (X_2) nilai koefisien dari variabel kualitas bernilai negatif sebesar -0,168 berarti pada setiap kualitas mengalami peningkatan sebesar 1% maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar 0,168.

sebesar 0,168 sebaliknya jika kualitas turun maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,168.

- d. Pelayanan (X3) nilai koefisien dari variabel pelayanan sebesar 0,481 berarti pada setiap pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1% maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,481 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tidak berubah.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) berpengaruh secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Dasar penentuan pengambilan keputusannya yang digunakan, yaitu:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan, sedangkan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan.
- 2) Jika nilai $sig < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel berpengaruh signifikan secara simultan. Jika nilai $sig > 0,05$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak artinya variabel tidak berpengaruh signifikan secara simultan.

Adapun untuk mengetahui nilai sig maka dapat menggunakan program SPSS versi 22 sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	245.305	3	81.768	11.996	.000 ^b
Residual	231.748	34	6.816		
Total	477.053	37			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEM

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN , KUALITAS, HARGA

Sumber: Data diolah 2023 (SPSS Versi 22)

Berdasarkan hasil uji f pada tabel diatas diketahui nilai sig sebesar 0,000 dan membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} yang dapat diketahui berdasarkan $K = 3$ dan $N = 38$ dengan taraf sig 5%.

Keterangan:

$$f_{tabel} = (n - k - 1)$$

n = jumlah responden

k = jumlah variabel x

$$f = (38 - 3 - 1)$$

$$f = 34$$

Berdasarkan perhitungan diatas nilai f_{tabel} sebesar 2,883 dan f_{hitung} sebesar 11,996, sehingga dapat diketahui nilai $f_{hitung} 11,996 > f_{tabel} 2,883$ atau dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan jika terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau sering disebut uji t dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) secara parsial. Untuk mengetahui hasil pengujian ini maka nilai t-hitung akan dibandingkan dengan nilai t-table, dasar pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) dengan kriteria-kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak artinya variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. sedangkan jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima artinya variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen
- 2) Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak artinya variabel berpengaruh signifikan secara parsial. Sedangkan jika nilai $sig > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima artinya variabel tidak berpengaruh signifikan secara parsial

Berikut ini merupakan cara untuk mengetahui nilai dari t-tabel menggunakan rumus *Degree of freedom* (df) = $(k-1) (n-k)$.

Keterangan:

k = jumlah variabel

n = jumlah responden

$df1 = k-1 = 4 - 1 = 3$

$$df_2 = n - k = 38 - 3 = 35$$

Maka hasil dari $df = 35$ pada t-tabel ialah sebesar 2,03011 yang akan dibandingkan dengan nilai t-hitung dengan melihat nilai pada table coefficients setelah melakukan uji dengan menggunakan program spss versi 22 sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.478	6.418		1.632	.112
	HARGA	.635	.273	.399	2.328	.026
	KUALITAS	-.168	.276	-.099	-.610	.546
	PELAYANAN	.481	.205	.444	2.349	.025

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEM

Sumber: Data diolah 2023 (SPSS Versi 22)

Berdasarkan tabel uji diatas dapat dilihat pada nilai t dan sig yang akan dibandingkan dengan nilai t tabel dan taraf signfikansi 5% sebagai berikut:

1) Harga (X1)

Berdasarkan uji diatas diketahui nilai t_{hitung} variabel harga (X1) sebesar $2,328 > t_{tabel} 2,030$ atau dengan nilai sig $0,026 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, dapat disimpulkan jika terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel harga (X1) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

2) Kualitas (X2)

Berdasarkan uji diatas diketahui nilai t_{hitung} variabel kualitas (X2) sebesar $-0,610 < t_{tabel} 2,030$ atau dengan nilai sig $0,546 > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima, dapat disimpulkan jika variabel independen (kualitas X2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan pembelian Y).

3) Pelayanan (X3)

Berdasarkan uji diatas diketahui nilai t_{hitung} variabel pelayanan (X3) sebesar $2,349 > t_{tabel} 2,030$ atau dengan nilai sig $0,025 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, dapat disimpulkan jika terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel pelayanan (X3) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R) bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen yang mempengaruhi perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R^2 atau koefisien determinasinya adalah antara 0 sampai 1. Nilai R^2 yang mendekati 1 artinya semakin baik karena semakin besar nilai R^2 pada variabel independen, maka menunjukkan semakin besar pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.717 ^a	.514	.471	2.61077
---	-------------------	------	------	---------

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN , KUALITAS, HARGA

Sumber: Data diolah 2023 (SPSS Versi 22)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai dari Adjusted R Square sebesar 0,471 atau 47,1%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dari variabel independen (harga, kualitas dan pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) adalah sebesar 47%, sedangkan 53% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian.

D. Pembahasan

1. Pengaruh harga, kualitas dan pelayanan terhadap keputusan pembelian

Bedasarkan pengujian yang telah dilakukan menggunakan program SPSS versi 22, diperoleh nilai f_{hitung} sebesar $11,996 > f_{tabel}$ 2,883 atau dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dikatakan jika variabel harga, kualitas dan pelayanan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Hasil pada uji determinasi (R^2) dengan nilai dari Adjusted R Square sebesar 0,471 atau 47,1%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dari variabel independen (harga, kualitas dan pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) adalah sebesar 47%, sedangkan 53% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian.

Harga, kualitas dan pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan keputusan pembelian, persepsi pelanggan mengenai baik atau tidaknya tergantung antara keinginan dan kesesuaian harga, kualitas dan

pelayanan yang diperolehnya. Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang atau jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan, dalam Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya namun harus didasarkan pada pembelian barang yang halal dan baik, dalam taraf wajar, tidak berlebihan, dan diharuskan mencari keridhaan pada sesama manusia salah satunya dengan melakukan transaksi jual beli seperti pada Firman Allah SWT dalam Q.S Hud ayat 85 sebagai berikut:

وَيَقُومِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan wahai kaumku! Penuhilah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan jangan kamu membuat kejahatan di bumi dengan berbuat kerusakan.”

Dalam perniagaan persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu dan ukuran (takaran maupun timbangan), tidak diperbolehkan dalam islam jika mencurangi timbangan dan takaran karena dapat merugikan salah satu pihaknya. Dalam Islam manusia diajarkan untuk mengendalikan dan mengarahkan keinginannya untuk dapat membawa kemanfaatan dan bukan kerugian bagi kehidupan di dunia dan di akhirat, Islam mengajarkan kita bahwasanya tujuan konsumsi bukan semata-mata hanya untuk memenuhi kepuasan terhadap barang saja, tetapi yang lebih utama adalah

mencapai kepuasan sejati yang utuh dan komprehensif, yaitu kepuasan dunia dan akhirat.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Bedasarkan pengujian variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) yang telah dilakukan pada uji t atau secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,328 > t_{tabel} 2,030$ atau dengan nilai sig $0,026 < 0,05$ dimana hasil ini menunjukkan jika H_a diterima dan H_o ditolak, maka dapat disimpulkan jika terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel harga (X1) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap konsumen yaitu persepsi akan harga (Schiffman&Kanuk, 2007, 22). Harga merupakan kecenderungan konsumen dalam memberi penilaian tentang kesesuaian produk dalam tahapan pengambilan keputusan pembelian. Pada dasarnya konsumen dalam menilai harga suatu produk tidak tergantung hanya dari nilai nominal harga saja namun dari persepsi mereka pada harga. Penilaian terhadap harga pada suatu manfaat produk dikatakan mahal, murah, atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung pada setiap individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan dan kondisi individu (Schiffman & Kanuk, 2001, 23). Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi (Kotler dan Amstrong, 2001). Hasil penelitian menunjukkan jika variabel harga berpengaruh

signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rinto (2020), hasil penelitian yang didapatkan menyimpulkan jika faktor harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana harga yang ditawarkan cukup terjangkau, harga sesuai dengan produk, dan jika di bandingkan dengan jenis produk lain dari segi harga bahwa semakin rendah harga maka semakin banyak permintaan. Hal ini yang menjadi alasan para responden yang menjadikan faktor harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Harga dalam perspektif ekonomi islam adalah harga yang tidak menimbulkan dampak negatif (bahaya) ataupun kerugian bagi para pelaku pasar, baik dari sisi penjualan maupun pembeli seperti Firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*

Berdasarkan penjelasan ayat diatas sangat jelas jika dilarang untuk saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil karena sama saja dengan kita memakan hak orang lain yang akan menyebabkan kerugian salah satu

pihak dan transaksi jual beli lah yang diperbolehkan dengan unsur suka sama suka disertai keridhaan keduanya.

3. Pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian

Bedasarkan pengujian variabel kualitas (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) yang telah dilakukan pada uji t atau secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar $-0,610 < t \text{ tabel } 2,030$ atau dengan nilai sig $0,546 > 0,0$ maka H_a ditolak dan H_o diterima, sehingga dapat disimpulkan jika variabel independen (kualitas X2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan pembelian Y).

Kotler dan Armstrong mendefinisikan kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan demi mencapai keputusan pembelian. (Kotler dan Armstrong, 2018, 230). Menurut Kotler dan Armstrong kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas erat hubungannya dengan nilai, kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian. Dalam artianya kualitas dapat didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan, sempurna, dan dapat diperjualbelikan (Kotler dan Armstrong, 2018, 272). Hasil penelitian menunjukkan jika variabel kualitas (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tetapi variabel kualitas (X2) berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ilham dwi resta (2021) berdasarkan

hasil uji yang didapat, diketahui jika kualitas produk (X1) tidak berpengaruh secara parsial, hal ini dikarenakan persepsi responden terhadap kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen tidak sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen, kualitas produk dibuat untuk menambah daya minat beli untuk para konsumen agar meningkatkan pembelian produk, tetapi kenyataannya konsumen tidak berpengaruh terhadap kualitas produk. Sehingga indikator kualitas seperti kualitas kain, daya tahan, dan variasi kurang mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian di Toko Jilbab Aisyah Pelaihari yang berarti keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas.

Sebagaimana hadist dalam sabda Rasulullah SAW sebagai berikut:

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: (إِنَّ الْحَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ (رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ وَمُسْلِمٌ))

Artinya: dari Abu ‘Abdillah Nu’man bin Basyir radhiyallahu a’anh, ia berkata: Aku mendengar Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “*sesungguhnya yang halal itu jelas, dan yang haram itu jelas, dan diantara keduanya terdapat perkara-perkara syubhat (samar-samar, belum jelas) yang tidak diketahui oleh kebanyakan orang.*” (Hadits Riwayat al-Bukhari dan Muslim)

Pada hadist diatas dikatakan jika segala hal diterangkan dengan jelas dengan pembagiannya masing-masing antara yang halal dan yang haram. Pengaruh dari kualitas bahan yang diketahui konsumen haruslah benar jangan terdapat unsur kecurangan didalamnya, karena penjual ingin memiliki banyak keuntungan lalu melakukan kecurangan dengan mengubah kualitas bahan dengan yang rendah maka akan menyebabkan kerugian salah satu pihaknya, sehingga Rasulullah menganjurkan untuk mengatakan sesuatu perkataan dengan benar, lurus dan tidak menyimpang. Lalu diperkuat dengan firman Allah SWT. dalam Al-Qur'an Surat Al-Hujuraat ayat 6 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ
فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ تَدْمِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

Berdasarkan ayat diatas mengatakan bahwa hendaknya bagi seseorang memberikan suatu informasi yang baik dengan sebenar-benarnya kepada orang lain, berkaitan dengan itu citra sebuah toko dapat dibangun dengan baik jika pemberian informasi dari seseorang kepada orang lain lagi, maka lebih baiknya dan terlebih dahulu orang yang memberikan pesan pernah menikmati dan mencoba barang yang dibeli tersebut.

4. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian

Bedasarkan pengujian variabel pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) yang telah dilakukan pada uji t atau secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,349 > t_{tabel} 2,030$ atau dengan nilai sig $0,025 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, dapat disimpulkan jika terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel pelayanan (X3) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

Hasil penelitian menunjukkan jika variabel pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Syaifullah (2020) dan Rinto (2020) hasil penelitian yang didapatkan menyimpulkan jika variabel pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dimana mencakup kedalam fasilitas pelayanan, kehandalan, sopan santun, daya tanggap dalam pelayanan menjadi salah satu poin dalam meningkatkan pengaruh dari pelayanan. Upaya memuaskan para pelanggan tidak hanya sekedar dengan cara memberikan produk yang baik kepada konsumen tetapi bagaimana cara kita memberi pelayanan yang baik berinteraksi dengan nyaman agar pelanggan merasa puas dalam membeli. Sejalan dengan pendapat dari Tjiptono pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Pada dasarnya, setiap orang yang menggunakan layanan cenderung mengharapkan adanya suatu pelayanan yang baik dalam arti berkualitas tinggi. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima

melampaui harapan konsumen, maka akan meningkatkan keputusan pembelian dan membuat konsumen setia (Tjiptono, 2009, 59).

Memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Dalam islam saat kita menjalankan beragam usaha harus dibarengi dengan konsep pelayanan dalam islam yang mencakup prinsip tolong menolong, memberi kemudahan, persamaan (musawah), saling mencintai, lemah lembut dan rasa kekeluargaan. Seperti pada Firman Allah SWT. dalam Q.S Al-Baqarah ayat 185 sebagai berikut:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ
عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.”

Sebagaimana sebuah hadist dari Anas bin Mali Ra, ia berkata: Rasulullah saw bersabda yang berbunyi:

يَسِّرُوا وَلَا تُعَسِّرُوا وَبَسِّرُوا وَلَا تُتَفِّرُوا

“Permudahlah dan jangan persulit, berilah buatlah mereka gembira dan jangan buat mereka lari”. (Muttafaq ‘Alaih).

Berdasarkan ayat dan hadist diatas kita dianjurkan untuk saling tolong menolong untuk mengurangi beban dan mempermudah pekerjaan sesama kita

dengan memberikan bantuan secara ikhlas kita dapat membuat seseorang merasa gembira.