

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Tentang Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin

Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin merupakan salah satu tempat kuliner sekaligus tempat untuk bersantai atau tempat nongkrong yang ada di Kota Banjarmasin. Terbentuknya Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin ini dilatarbelakangi oleh beberapa orang yang ingin menjadikan tempat percontohan perhimpunan pedagang PKL (pedagang kali lima) supaya untuk berusaha bersama-sama.

Keberadaan Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin ini di bawah kepengurusan Koperasi Konsumen Kuliner Banjarmasin yang bertanggung jawab atas berjalannya usaha di tempat tersebut. Koperasi Konsumen Kuliner Banjarmasin ini dinaungi ataupun dilindungi oleh Dinas Koperasi Kota Banjarmasin, serta kerjasama dengan PEMKOT Kota Banjarmasin dan PT. Bank Mandiri Kanwil. IX Banjarmasin sebagai pembina dan pemberi Fasilitas pendanaan terhadap orang yang mau ikut menjadi anggota Koperasi Kuliner di tempat kawasan wisata kuliner mandiri tersebut.

Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin memiliki 50 cafe yang ada di tepian sungai martapura yang membelah kota tepatnya di jalan Pos sepanjang 300 meter yang menghubungkan jalan Hasanudin HM dengan jalan Sudirman.

2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada Koperasi Konsumen Kuliner Banjarmasin ini terdiri Ketua, Sekretaris, Bendahara, dan Anggota Koperasi Kuliner itu sendiri. Tugas Ketua adalah memberikan pertimbangan dan pengawasan terhadap keberlangsungan aktifitas yang ada di kawasan wisata kuliner mandiri tepian sungai Banjarmasin ini agar sesuai dengan tujuan dan aturan-aturan yang berlaku. Tugas Sekretaris adalah memberikan penjelasan kepada para calon anggota koperasi, dan juga mencatat keperluan yang bersangkutan dengan pengelolaan tempat tersebut. Tugas Bendahara adalah menyimpan pendanaan ataupun surat penting yang bersangkutan dengan pengelolaan tempat tersebut. Adapun anggota Koperasi Kuliner selain sebagai keanggotaan Koperasi Kuliner tersebut, ini adalah syarat untuk bisa ikut berusaha atau ikut berjualan di tempat Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin ini.

B. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para pengunjung di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin. Kuesioner yang diperoleh dari

responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Karakteristik responden yang dimaksud meliputi:

1. Karakteristik responden berdasarkan umur

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Umur

No	Kelompok umur	Frekuensi orang	Presentase
1	15 s/d 25	86	86%
2	26 s/d 35	11	11%
3	36 s/d 50	3	3%
Total			100%

Sumber: Lampiran Kuesioner (data diolah kembali)

Keadaan umur responden dikelompokkan menjadi tiga kelompok dengan masing-masing jumlah frekuensi dan presentase memperoleh data data yang berbeda. Kelompok 15 s/d 25 tahun memperoleh frekuensi sebesar 86 orang atau sebesar 86%. Kelompok 26 s/d 35 tahun sebanyak 11 orang atau sebesar 11%. Sementara umur 36 s/d 50 tahun sebanyak 3 orang atau 3%.

2. Jenis kelamin responden

Tabel 1.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi orang	Presentase
1	Laki-laki	54	54%
2	Perempuan	46	46%
Total		100	100%

Sumber: lampiran Kuesioner (data diolah kembali)

Berdasarkan tabel di atas menunjukan data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin untuk laki-laki sebanyak 54 sebesar 54 % sedangkan perempuan sebanyak 46 sebesar 46%.

3. Pekerjaan responden

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis pekerjaan	Frekuensi orang	Presentase
1	PNS	1	1%
2	Mahasiswa	40	40%
3	Karyawan swasta	35	35%
4	Pelajar	11	11%
5	Lainnya	13	13%
Total		100	100%

Sumber: lampiran Kuesioner (data diolah kembali)

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan pekerjaan terbanyak responden adalah mahasiswa sebanyak 40 orang atau sebesar 40%. Kemudian disusul karyawan swasta sebanyak 35 orang atau sebesar 35%. Kemudian lainnya sebanyak 13 orang atau sebesar 13%. Kemudian pelajar 11 orang sebesar 11%, dan yang terakhir PNS sebanyak 1 orang atau sebesar 1% yang menempati posisi terendah.

C. Analisis Deskripsi Variabel

Berdasarkan hasil pengumpulan data jawaban responden, maka gambaran yang berkaitan dengan pengaruh bauran pemasaran terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin. Yang dilihat dari variabel produk (X_1), promosi (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4).

1. Berikut penjelasan responden terhadap variabel produk (X_1)

- a. Kualitas makanan yang disediakan di tempat ini memiliki cita rasa yang khas dan nikmat.

Tabel 4.3 Kualitas Makanan

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	11	11%
2	Setuju	49	49%
3	Cukup Setuju	32	32%
4	Tidak Setuju	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian (data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel produk pada item kualitas makanan yang disediakan di tempat ini memiliki cita rasa yang khas dan nikmat sebanyak 49 responden dengan presentase 49% menyatakan setuju, sebanyak 32 responden dengan presentase 32% menyatakan cukup setuju, sebanyak 11 responden dengan presentase 11% menyatakan

sangat setuju, dan 7 responden dengan 7% menyatakan tidak setuju, kemudian menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentase 1%. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 49 responden. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas makanan yang disediakan di tempat ini memiliki cita rasa yang khas dan nikmat.

b. Cara menyajikan makanan cepat dan bersih.

Tabel 4.4 Penyajian Makanan

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	8	8%
2	Setuju	43	43%
3	Cukup Setuju	41	41%
4	Tidak Setuju	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian(data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel produk pada item cara menyajikan makanan cepat dan bersih sebanyak 43 responden dengan presentase 43% menyatakan setuju, sebanyak 41 responden dengan presentase 41% menyatakan cukup setuju, sebanyak 8 responden dengan presentase 8% menyatakan sangat setuju, dan 7 responden dengan 7%

menyatakan tidak setuju, kemudian menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentase 1%. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 43 responden. Hal ini menunjukkan bahwa cara menyajikan makanan cepat dan bersih.

- c. Banyak pilihan makanan yang ditawarkan di tempat ini.

Tabel 4.5 Pilihan Makanan

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	38	38%
2	Setuju	47	47%
3	Cukup Setuju	10	10%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian(data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel produk pada item banyak pilihan makanan yang ditawarkan di tempat ini sebanyak 47 responden dengan presentase 47% menyatakan setuju, sebanyak 38 responden dengan presentase 38% menyatakan sangat setuju, sebanyak 10 responden dengan presentase 10% menyatakan cukup setuju, dan 2 responden dengan 2% menyatakan tidak setuju, kemudian menyatakan sangat

tidak setuju sebanyak 3 responden dengan presentase 3%. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 47 responden. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pilihan makanan yang ditawarkan di tempat kawasan wisata kuliner mandiri tepian sungai Banjarmasin.

2. Promosi (X2)

- a. Promosi yang disebar melalui surat kabar ataupun internet sesuai dengan kenyataan.

Tabel 4.6 Promosi Yang Disebar

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	7	7%
2	Setuju	32	32%
3	Cukup Setuju	43	43%
4	Tidak Setuju	13	13%
5	Sangat Tidak Setuju	5	5%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian (data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel promosi pada item promosi yang disebar melalui surat kabar ataupun internet sesuai dengan kenyataan sebanyak 43 responden dengan presentase 43% menyatakan cukup setuju, sebanyak 32 responden dengan presentase 32% menyatakan setuju, sebanyak 13 responden dengan presentase 13% menyatakan tidak setuju, dan 7 responden dengan 7% menyatakan sangat setuju, kemudian menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 5 responden dengan

presentase 5%. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab cukup setuju yaitu sebanyak 43 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden kurang setuju dengan promosi yang disebar melalui surat kabar ataupun internet sesuai dengan kenyataan.

- b. Mengetahui keberadaan kawasan wisata kuliner mandiri ini dari mulut kemulut

Tabel 4.7 Mengetahui Keberadaan

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	37	37%
2	Setuju	39	39%
3	Cukup Setuju	10	10%
4	Tidak Setuju	12	12%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian (data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel promosi pada item mengetahui keberadaan kawasan wisata kuliner mandiri ini dari mulut kemulut sebanyak 39 responden dengan presentase 39% menyatakan setuju, sebanyak 37 responden dengan presentase 37% menyatakan sangat setuju, sebanyak 12 responden dengan presentase 12% menyatakan tidak setuju, dan 10 responden dengan 10% menyatakan cukup setuju, kemudian menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan presentase 2%. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada

responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 39 responden. Hal ini menunjukkan bahwa mengetahui keberadaan kawasan wisata kuliner mandiri ini dari mulut kemulut.

- c. Promosi yang digunakan melalui media surat kabar ataupun internet bisa diterima oleh konsumen dengan baik.

Tabel 4.8 Promosi Yang Digunakan

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	15	15%
2	Setuju	34	34%
3	Cukup Setuju	37	37%
4	Tidak Setuju	10	10%
5	Sangat Tidak Setuju	4	4%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian (data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel promosi pada item promosi yang digunakan melalui media surat kabar ataupun internet bisa diterima oleh konsumen dengan baik sebanyak 37 responden dengan presentase 37% menyatakan cukup setuju, sebanyak 34 responden dengan presentase 34% menyatakan setuju, sebanyak 15 responden dengan presentase 15% menyatakan sangat setuju, dan 10 responden dengan 10% menyatakan tidak setuju, kemudian menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden dengan presentase 4%. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden

menjawab cukup setuju yaitu sebanyak 37 responden. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang digunakan melalui media surat kabar ataupun internet bisa diterima oleh konsumen masih kurang dalam pelaksanaannya.

3. Harga

- a. Harga menu masakan yang ditawarkan cukup terjangkau.

Tabel 4.9 Harga Menu Masakan

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	28	28%
2	Setuju	43	43%
3	Cukup Setuju	26	26%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian (data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel harga pada item harga menu masakan yang ditawarkan cukup terjangkau sebanyak 43 responden dengan presentase 43% menyatakan setuju, sebanyak 28 responden dengan presentase 28% menyatakan sangat setuju, sebanyak 26 responden dengan presentase 26% menyatakan cukup setuju, dan 3 responden dengan 3% menyatakan tidak setuju, kemudian tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 43 responden. Hal ini menunjukkan bahwa menurut para pelanggan harga menu masakan yang ditawarkan cukup terjangkau.

b. Harga dengan kualitas makanan dari kualitas pelayanan sepadan/sesuai.

Tabel 4.10 Harga Dengan Kualitas Makanan

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	53	53%
3	Cukup Setuju	30	30%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian (data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel harga pada item harga dengan kualitas makanan dari kualitas pelayanan sepadan/sesuai sebanyak 53 responden dengan presentase 53% menyatakan setuju, sebanyak 30 responden dengan presentase 30% menyatakan cukup setuju, sebanyak 13 responden dengan presentase 13% menyatakan sangat setuju, dan 2 responden dengan 2% menyatakan tidak setuju, kemudian menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden dengan presentase 2%. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 53 responden. Hal ini menunjukkan bahwa menurut para pelanggan harga dengan kualitas makanan dari kualitas pelayanan sepadan/sesuai.

- c. Dibanding dengan kawasan kuliner lain kawasan wisata kuliner mandiri harganya lebih kompetitif.

Tabel 4.11 Perbandingan Dengan Kawasan Kuliner Lain

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	43	43%
3	Cukup Setuju	38	38%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian (data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel harga pada item dibanding dengan kawasan kuliner lain Kawasan Wisata Kuliner Mandiri harganya lebih kompetitif sebanyak 43 responden dengan presentase 43% menyatakan setuju, sebanyak 38 responden dengan presentase 38% menyatakan cukup setuju, sebanyak 14 responden dengan presentase 14% menyatakan sangat setuju, dan 4 responden dengan 4% menyatakan tidak setuju, kemudian menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentase 1%. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 43 responden. Hal ini menunjukkan bahwa menurut para

pelanggan dibanding dengan kawasan kuliner lain kawasan wisata kuliner mandiri harganya lebih kompetitif.

4. Lokasi

- a. Lokasi di tempat ini strategis dan mudah dijangkau untuk dikunjungi.

Tabel 4.12 Lokasi Yang Strategis

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	38	38%
2	Setuju	47	47%
3	Cukup Setuju	12	12%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian (data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel lokasi pada item lokasi tempat ini strategis dan mudah dijangkau untuk dikunjungi sebanyak 47 responden dengan presentase 47% menyatakan setuju, sebanyak 38 responden dengan presentase 38% menyatakan sangat setuju, sebanyak 12 responden dengan presentase 12% menyatakan cukup setuju, dan 3 responden dengan 3% menyatakan tidak setuju, kemudian tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 47 responden. Hal ini menunjukkan bahwa menurut para pelanggan lokasi tempat ini strategis dan mudah dijangkau untuk dikunjungi.

b. Lokasi di tempat ini merupakan tempat yang nyaman, bersih dan rapi.

Tabel 4.13 Lokasi Yang Nyaman, Bersih dan Rapi

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	21	21%
2	Setuju	34	34%
3	Cukup Setuju	32	32%
4	Tidak Setuju	10	10%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian(data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel lokasi pada item lokasi di tempat ini merupakan tempat yang nyaman, bersih dan rapi sebanyak 34 responden dengan presentase 34% menyatakan setuju, sebanyak 32 responden dengan presentase 32% menyatakan cukup setuju, sebanyak 21 responden dengan presentase 21% menyatakan sangat setuju, dan 10 responden dengan 10% menyatakan tidak setuju, kemudian menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden dengan presentase 3%. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebanyak 34 responden. Hal ini menunjukkan bahwa menurut para pelanggan lokasi di tempat ini merupakan tempat yang nyaman, bersih dan rapi.

- c. Lokasi di tempat ini cocok untuk bersantai bersama keluarga, teman, rekan kantor saya.

Tabel 4.14 Lokasi Untuk Bersantai

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	39	39%
3	Cukup Setuju	18	18%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian (data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel lokasi pada item lokasi di tempat ini cocok untuk bersantai bersama keluarga, teman, rekan kantor saya sebanyak 39 responden dengan presentase 39% menyatakan sangat setuju, dan memiliki jumlah variabel yang sama dengan variabel setelahnya sebanyak 39 responden dengan presentase 39% menyatakan setuju, sebanyak 18 responden dengan presentase 18% menyatakan cukup setuju, dan 3 responden dengan 3% menyatakan tidak setuju, kemudian menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden dengan presentase 1%. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, responden menjawabimbang antara sangat setuju dan setuju yaitu sebanyak 39 responden. Hal ini menunjukkan bahwa menurut para

pelanggan Lokasi di tempat ini cocok untuk bersantai bersama keluarga, teman, rekan kantor saya.

5. Minat belanja

Keputusan untuk berbelanja ditempat ini merupakan pilihan yang tepat.

Tabel 4.15 Keputusan Untuk Berbelanja

No	Alternatif jawaban	Frekuensi	%
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	34	34%
3	Cukup Setuju	45	45%
4	Tidak Setuju	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	100	100%

Sumber: hasil penelitian (data diolah kembali) 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap keputusan untuk berbelanja di tempat ini merupakan pilihan yang tepat. sebanyak 45 responden dengan presentase 45% menyatakan cukup setuju, sebanyak 34 responden dengan presentase 34% menyatakan setuju, sebanyak 14 responden dengan presentase 14% menyatakan sangat setuju, dan 7 responden dengan 7% menyatakan tidak setuju, kemudian tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, responden cukup setuju yaitu sebanyak 45 responden. Hal ini menunjukkan bahwa para pelanggan kurang tertarik untuk berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

D. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis butir. Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengkorelasi skor pada item dengan skor total itemnya. Skor item dianggap sebagai nilai X sedangkan skor total dianggap sebagai nilai Y. Apabila skor item memiliki korelasi positif yang signifikan berarti item tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel tersebut. Sebuah butir pertanyaan yang dianggap valid bila koefisien korelasi *product moment Pearson* di mana $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ($\alpha=5\%$; $n-2$) dan n = jumlah sampel.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan uji validitas *pearson correlation*. Berikut hasil dari uji validitas penelitian dengan bantuan SPSS 16 *for windows* (dapat dilihat pada lampiran) pada tabel berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Produk

Produk (X_1)

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Produk	1	0,641	0,195	Valid
	2	0,655	0,195	Valid
	3	0,418	0,195	Valid

Sumber: hasil penelitian 2015(data diolah)

Hasil uji validitas variabel Produk (X1) di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,641), (0,655), (0,418) berada di atas r tabel yaitu sebesar 0,1946 yang dibulatkan 0,195. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel produk (X1) valid.

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Promosi

promosi(X₂)

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Promosi	1	0,478	0,195	Valid
	2	0,198	0,195	Valid
	3	0,421	0,195	Valid

Sumber: hasil penelitian 2015(data diolah)

Hasil uji validitas variabel promosi (X₂) di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,478), (0,198), (0,421) berada di atas r tabel yaitu sebesar 0,1946 yang dibulatkan 0,195. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel promosi (X₂) valid.

Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Harga

harga(X₃)

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Harga	1	0,717	0,195	Valid
	2	0,631	0,195	Valid
	3	0,762	0,195	Valid

Sumber: hasil penelitian 2015(data diolah)

Hasil uji validitas variabel harga (X_3) di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,717), (0,631), (0,762 berada di atas r tabel yaitu sebesar 0,196 yang dibulatkan 0,195. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel harga(X_3) valid.

Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Lokasi

lokasi(X_4)

variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Lokasi	1	0,514	0,195	Valid
	2	0,615	0,195	Valid
	3	0,641	0,195	Valid

Sumber: hasil penelitian 2015(data diolah)

Hasil uji validitas variabel lokasi (X_4) di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu masing-masing sebesar (0,514), (0,615), (0,641) berada di atas r tabel yaitu sebesar 0,1946 yang dibulatkan 0,195. Ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel lokasi (X_4) valid.

Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Minat Belanja

Minat belanja (Y)

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Minat belanja	1	0,589	0,195	Valid

Sumber: hasil penelitian 2015(data diolah)

Hasil uji validitas variabel minat belanja (Y) di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung yaitu sebesar 0,589 berada di atas r tabel yaitu sebesar 0,1946 yang dibulatkan 0,195. Ini dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan pada variabel (Y) minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai *reliable*/layak. Uji reliabilitas umumnya menggunakan koefisien alfa. Koefisien alfa biasa diukur dengan menggunakan statistik *cronbach's alpha* dengan ketentuan:

- Nilai *cronbach's alpha* positif tidak boleh negatif.
- Nilai *cronbach's alpha* hasil hitung sama atau lebih besar dari 0,6

Berikut hasil uji reliabilitas penelitian dengan SPSS 16 (dapat dilihat pada lampiran) pada tabel berikut:

Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	13

Sumber: hasil penelitian 2015(data diolah)

Tabel 4.22 Hasil Reliabilitas Kesatuan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

x1.1	45.12	38.612	.554	.823
x1.2	45.24	39.174	.518	.826
x1.3	44.59	39.032	.446	.830
x2.1	45.51	40.131	.324	.839
x2.2	44.77	39.088	.348	.840
x2.3	45.28	38.830	.406	.834
x3.1	44.78	39.103	.501	.826
x3.2	45.01	38.313	.608	.820
x3.3	45.09	38.426	.579	.821
x4.1	44.54	39.059	.547	.824
x4.2	45.14	37.334	.519	.825
x4.3	44.62	37.996	.564	.822
y	45.19	38.741	.535	.824

Sumber: hasil penelitian 2015(data diolah)

Hasil uji reabilitas di atas dapat diketahui bahwa angka nilai *cronbach's alpha* pada variabel lebih besar dari 0,6 dan bernilai positif. Ini berarti menunjukkan bahwa data yang diuji dapat dikatakan *reliable* karena melebihi dari nilai 0,6 dan bernilai positif.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

Menganalisis data dalam penelitian ini juga dilakukan uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi. Adapun tahapan pengujiannya adalah sebagai berikut.

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan analisis uji *Kolmogorov-smirnov*.

T

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.64491220
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.030
	Negative	-.045
Kolmogorov-Smirnov Z		.453
Asymp. Sig. (2-tailed)		.987
a. Test distribution is Normal.		

3

Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan rumus Sampel *Kolmogorov-Smirnov test* pada tabel 3.4 di atas, diperoleh nilai KSZ sebesar 0,453 dan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,987 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak

terjadi multikolinearitas). Dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan melihat salah satu dari:

a. Nilai *Tolerance*

Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10. Terjadi multikolinearitas, jika nilai *Tolerance* lebih besar atau sama dengan 0,10.

b. Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

Tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih kecil dari 5,00. Terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 5,00.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	.340	.486		.700	.486		
x1	.088	.041	.208	2.120	.037	.673	1.487
x2	-.005	.037	-.013	-.143	.887	.741	1.350
x3	-.009	.041	-.021	-.211	.833	.640	1.564
x4	.200	.039	.511	5.099	.000	.647	1.545

a. Dependent Variable: y

Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 3.7 di atas, diperoleh nilai *Tolerance* X_1 sebesar 0.673 untuk X_2 , 0,741 untuk X_3

0,640, dan 0,647 untuk X_4 , berarti lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai VIF diperoleh sebesar 1,487 untuk X_1 , 1,350 untuk X_2 , 1,564 untuk X_3 dan 1,545 untuk X_4 , berarti lebih kecil dari pada 5,00. Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data sampel.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokededastisitas dengan uji Glejser bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan dalam uji Heterokededastisitas yaitu:

- Tidak terjadi heterokededastisitas, jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.007	.290		.023	.981		
x1	-.006	.025	-.028	-.228	.820	.673	1.487
x2	-.010	.022	-.054	-.462	.645	.741	1.350
x3	.040	.025	.204	1.633	.106	.640	1.564
x4	.018	.023	.097	.783	.436	.647	1.545

Dependent Variable: abs_res

Tabel 4.25 Hasil Uji Heterokedastisitas

Nilai t_{tabel} yang dicari pada distribusi nilai t_{tabel} dengan $N = 100$ dan $t_{0,025}$ maka diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,984$. Berdasarkan uji heterokededastisitas dengan metode Glesjer diperoleh nilai T untuk X_1 sebesar $-0,228$, X_2 sebesar $-0,462$, X_3 sebesar $1,633$, X_4 sebesar $0,783$, berarti lebih kecil dari nilai t_{tabel} . Untuk nilai signifikansi diperoleh sebesar $0,820$ untuk X_1 , $0,645$ untuk X_2 , $0,106$ untuk X_3 , $0,436$ untuk X_4 , berarti semuanya lebih besar daripada $0,05$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode $t-1$ (sebelumnya). Model pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan cara membandingkan hasil DW statistik dan DW tabel. Jika $DW \text{ statistic} > DW \text{ tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem autokorelasi.

Tabel 4.26 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.619 ^a	.383	.357	.658	1.945

a. Predictors: (Constant), x_4 , x_2 , x_1 , x_3

b. Dependent Variable: y

Tabel Durbin-Watson untuk jumlah sampel ($n=100$) dan $k=4$ dengan tingkat signifikansi 95% adalah 1,73643. Nilai Durbin-Watson $1,945 > 1,73643 > (4-d_u), 0,20857$. Berarti tidak terjadi autokorelasi.

F. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.

Mengetahui pengaruh variabel produk (X_1), promosi (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap minat konsumen berbelanja (Y), menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

Y : minat konsumen berbelanja

X_1 : produk

X_2 : promosi

X_3 : harga

X_4 : lokasi

$b_1b_2b_3b_4$: koefisien korelasi

e : error

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 16 *for windows*. Berikut hasil perhitungan regresi linier berganda pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.27 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 ^a	.383	.357	.658

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

Tabel tersebut dapat dilihat bahwa koefisien korelasi R antara preferensi pengunjung (produk, promosi, harga, dan lokasi) sebesar 0,619 dengan *R Square* 0,383. Dari analisis di atas dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara faktor-faktor tersebut dengan minat konsumen berbelanja yaitu sebesar 38,3% dan sisanya 61,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.28 Koefisien Regresi Linier Berganda**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.340	.486		.700	.486		
	x1	.088	.041	.208	2.120	.037	.673	1.487
	x2	-.005	.037	-.013	-.143	.887	.741	1.350
	x3	-.009	.041	-.021	-.211	.833	.640	1.564
	x4	.200	.039	.511	5.099	.000	.647	1.545

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil perhitungan tabel di atas, dapat disusun persamaan regresi linier berganda antara variabel bebas (*independent variabel*) dengan variabel terikat (*dependent variabel*) dengan memasukkan koefisien regresi linier berganda ke dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,088 X_1 + 0,005 X_2 + 0,009 X_3 + 0,200X_4 + e$$

1. Produk (X_1)

Koefisien regresi X_1 sebesar 0,088 tanda positif menunjukkan hubungan searah. Nilai 0,088 menunjukkan apabila variabel produk 08,8%, maka minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin akan naik 08,8% dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen berbelanja di kawasan wisata kuliner mandiri tepian sungai Banjarmasin.

2. Promosi (X_2)

Koefisien X_2 sebesar 0,005 tanda positif menunjukkan hubungan yang searah. Nilai 0,005 menunjukkan apabila variabel promosi 00,5%, maka minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin akan naik (positif) 00,5% dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

Hasil di atas, terlihat rendahnya pengaruh faktor promosi terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin. Maka kebijakan promosi harus lebih ditingkatkan lagiguna menarik perhatian para pengunjung untuk datang ke Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

3. Harga (X_3)

Koefisien regresi X_3 sebesar 0,009 dengan tanda positif menunjukkan hubungan searah. Artinya nilai 0,009 menunjukkan variabel harga 00,9%, maka minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin akan naik 00,9% dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

Hasil di atas, terlihat rendahnya pengaruh faktor harga terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin. Maka kebijakan harga harus lebih ditingkatkan lagi guna menarik perhatian para pengunjung untuk datang ke Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

4. Lokasi (X_4)

Koefisien regresi X_4 sebesar 0,200 dengan tanda positif menunjukkan hubungan searah. Artinya nilai 0,200 menunjukkan variabel lokasi 34,4%, maka minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin akan naik 20,0% dengan asumsi variabel lain tetap. Hal ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

G. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah data yang diperoleh mendukung atau tidak hipotesis yang telah diajukan. Dalam penelitian ini, ada dua hipotesis yang telah diajukan dengan teknik analisis regresi linier berganda. Berikut disajikan hasil pengujian hipotesis:

1. Pengujian hipotesis secara simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel bebas (produk, promosi, harga, dan lokasi) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin).

Kriteria pengujian:

Level significancy (α) = 0,05

H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $\text{Sig.} > \alpha$

H_a diterima dan H_0 ditolak, jika $\text{Sig.} \leq \alpha$

Hasil uji f pada output SPSS 16 *for windows* dapat dilihat pada tabel Anova, sebagai berikut:

Tabel 4.29 Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.575	4	6.394	14.752	.000 ^a
	Residual	41.175	95	.433		
	Total	66.750	99			

a. Predictors: (Constant), x4, x2, x1, x3

b. Dependent Variable: y

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil dari nilai F_{hitung} adalah sebesar 14,752 sementara F_{tabel} sebesar 2,467. Sementara nilai sig yang diperoleh adalah sebesar 0,00 dan nilai $\alpha = 5\%$ atau 0,05. Ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , sebaiknya nilai sig yang diperoleh lebih kecil dibandingkan nilai α yang telah ditentukan dan menjelaskan bahwa hipotesis (H_a) yang diajukan diterima. Ini berarti terdapat pengaruh antara produk, promosi, harga, dan lokasi secara simultan terhadap minat berbelanja. Jadi, antara produk, promosi, harga, dan lokasi mempengaruhi terhadap minat berbelanja.

2. Pengujian regresi secara parsial (uji t)

Pengujian t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi masing-masing variabel bebas (X) produk, promosi, harga, dan lokasi, secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

$H_0 : \beta_1 = 0$ tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas produk (X_1), promosi (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap variabel terikat (Y) minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

$H_a : \beta_1 > 0$ ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas produk (X_1), promosi (X_2), harga (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap variabel terikat (Y) minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,05

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

H_0 diterima dan H_a ditolak, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka hipotesis kedua ditolak.

H_a diterima dan H_0 ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis kedua diterima.

Tabel diatas diketahui hasil dari pengujian hipotesis secara parsial. Berikut penjelasan masing-masing variabel yang dilakukan secara parsial (uji t).

a. Pengujian Hipotesis variabel produk (X_1)

Tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel produk (X_1) sebesar 2,120 sementara t_{tabel} sebesar 1,645. Ini berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dengan demikian hipotesis H_0 di tolak dan H_a diterima dan berarti variabel produk (X_1) mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

b. Pengujian Hipotesis variabel promosi (X_2)

Tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel promosi (X_2) sebesar -0.143 sementara t_{tabel} sebesar 1,645. Ini berarti t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} . Dengan demikian hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak dan berarti variabel harga (X_2) tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat

konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

c. Pengujian Hipotesis variabel harga (X_3)

Tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel harga (X_3) sebesar 0,211 sementara t_{tabel} sebesar 1,645,. Ini berarti t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} . Dengan demikian hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak dan berarti variabel harga (X_3) tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

d. Pengujian Hipotesis variabel lokasi (X_4)

Tabel di atas diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel lokasi (X_4) sebesar 5,099 sementara t_{tabel} sebesar 1,645. Ini berarti t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dengan demikian hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima dan berarti variabel lokasi (X_4) mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan uji t maka variabel lokasi (X_4) yang paling berpengaruh terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Banjarmasin dan itu dapat dilihat dari hasil tertinggi *unstandardized coefficients* sebesar 0,200. Sedangkan variabel Promosi (X_2) dan variabel Harga (X_3) tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat konsumen berbelanja di Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai

Banjarmasin dengan hasil *unstandardized coefficients* sebesar -0,005 dan -0,009.

H. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Pemasaran Pada Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Martapura Banjarmasin

Pemasaran pada umumnya dianggap sebagai tempat bagi para penggerak keuntungan, orang penuh muslihat, penjaja barang yang menggoda keinginan orang. Oleh karena itu banyak konsumen yang ditelan oleh orang-orang jahat, tapi apabila kita menerapkan sistem-sistem Islam di pemasaran itu maka hal-hal seperti itu tidak akan terjadi. Pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan.

Pemasaran yang dilakukan pihak Kawasan Wisata Kuliner Mandiri Tepian Sungai Martapura Banjarmasin, dengan pengamatan dan hasil observasi berkesimpulan bahwa semuanya masih di dalam jalur prinsip-prinsip muamalah islami, tidak ada menjual barang-barang yang dilarang oleh agama Islam dan merupakan tempat yang bersih dan sopan, dan juga para pemasar menjunjung tinggi panduan seperti Teistis (*rabbaniyyah*) yaitu menjunjung tinggi dengan aturan-aturan yang dilarang oleh Tuhan, Etis

(*akhlaqiyyah*) yaitu bagaimana berperilaku kepada konsumen/pengunjung, Realistis (*al-waqiyyah*) yaitu bagaimana sopan santun terhadap para konsumen/pengunjung seperti berpakaian, Humanistis (*insaniyyah*) yaitu bagaimana memberikan hak kemanusiaan dengan tidak adanya pemaksaan dan lain sebagainya.