

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Penelitian**

##### 1. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin

IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Antasari Banjarmasin adalah sebuah wadah pendidikan agama tingkat universitas dan sebagai pusat pengembangan pengetahuan-pengetahuan keagamaan. Berdiri secara resmi pada tanggal 20 Nopember 1964 yang genap berusia 50 tahun pada 20 Nopember 2014 ini.<sup>1</sup>

Berdirinya IAIN Antasari Banjarmasin yang sekarang memiliki 4 fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, keempat Fakultas Ushuluddin dan Humaniora adalah bagian dari keberhasilan masyarakat muslim Kalimantan Selatan dalam perjalanan panjang mencita-citakan berdirinya lembaga perguruan tinggi agama islam di daerah ini.<sup>2</sup>

Dari penelusuran sejarah, Fakultas Syariah IAIN Antasari Banjarmasin menjadi modal awal berdirinya IAIN Antasari Banjarmasin. Pada tanggal 15 Januari 1961, Fakultas Syariah IAIN Antasari Banjarmasin (dahulu bernama Fakultas Syariah Negeri) sudah berdiri di Banjarmasin sebagai cabang dari Al-Jami'ah Al-Islamiyah Al-Hukumiyah Yogyakarta melalui Keputusan

---

<sup>1</sup> Profil dan Buku Panduan Akademik: Fakultas Syariah IAIN Antasari Banjarmasin. 2012, h. 2.

<sup>2</sup>*Ibid.*, h.1

Menteri Agama Nomor 28 Tahun 1960. Dan pada Tahun 2013 nama Fakultas Syariah berubah menjadi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.<sup>3</sup>

Berdasarkan Peraturan Menteri Agama, setiap Fakultas di lingkungan IAIN dapat membuka jurusan. Akan tetapi, dengan beberapa pertimbangan, fakultas-fakultas di lingkungan IAIN Antasari hanya membuka beberapa jurusan sesuai dengan keperluan.<sup>4</sup>

Pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, semula hanya dibuka Jurusan Tafsir Hadis, yang kemudian atas pertimbangan kompetensi bidang kajian keilmuan, pada tahun 1986 jurusan ini dialihkan ke Fakultas Ushuluddin. Pada tahun 1967, dibuka lagi Jurusan Qadla dan pada tahun 1980 Jurusan Muqaranatul Madzahib wa Syara'I (Perbandingan Mazhab dan Hukum), Jurusan PMH ini tidak menerima mahasiswa lagi sejak tahun 1984.<sup>5</sup>

Fakultas syariah memiliki Jurusan baru lagi, yaitu Pidana Perdata Islam. Jurusan ini mulai tahun 1988 berubah menjadi Jurusan Muamalat. Pada tahun 1983 Jurusan Qadla juga berubah nama menjadi Jurusan Peradilan Agama dan mulai tahun 1995 berubah lagi menjadi Jurusan Ahwal al-Syakhsiyyah.<sup>6</sup>

Seiring dengan tuntutan masyarakat, pada tahun 1998 di buka jurusan baru, yaitu Perbandingan Mazhab dan Hukum, Jurusan ini merupakan kelanjutan Jurusan Muqaranatul Madzahib wa Syara'I yang ditutup tahun 1984. Setahun

---

<sup>3</sup>*Ibid.*, h.5

<sup>4</sup>*Ibid.*, h.9

<sup>5</sup>*Ibid.*,

<sup>6</sup>*Ibid.*, h.10

kemudian dibuka lagi Jurusan Siyasah Jinayah sebagai kelanjutan Jurusan Pidana Perdata Islam yang berubah menjadi Jurusan Muamalat.<sup>7</sup>

Mulai tahun 2003, untuk menyahtuti kelengkapan sumber daya manusia yang berkompeten dalam ekonomi syariah, fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin membuka jurusan baru, yaitu Ekonomi Islam dan Program Diploma Tiga Perbankan Syariah. Tahun 2008 dibuka Jurusan S1 Perbankan Syariah.

Sehingga sampai sekarang, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin memiliki enam jurusan dan satu program diploma: Jurusan Hukum Keluarga (Ahwal al-Syakhsiyyah), Hukum Ekonomi Syariah (Muamalat), Hukum Tata Negara (Siyasah Jinayah), Perbandingan Mazhab (PM), Ekonomi Syariah (ES), Perbankan Syariah (PS), Diploma Tiga Perbankan Syariah (D3PS).<sup>8</sup>

Sehubungan dengan pemilihan tempat riset yang dilakukan penulis dan dipilih Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin sebagai tempatnya, maka seluruh mahasiswa yang berkuliah di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin adalah populasinya. Jumlah keseluruhan dari mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin terhitung dari angkatan tahun 2010 hingga 2013 berjumlah ± 1.293 mahasiswa. Berikut rincian jumlah mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dari angkatan tahun 2010–2013:

---

<sup>7</sup>*Ibid.*,

<sup>8</sup>*Ibid.*,

Tabel 4.1  
Jumlah Mahasiswa

No	Jurusan (Prodi)	Tahun Akademik			
		2010	2011	2012	2013
1	HK	58	50	69	73
2	HTN	11	4	8	23
3	PM	15	13	11	9
4	HES	15	11	5	21
5	ES	61	75	92	115
6	PS	65	117	149	169
7	D3 PS	2	14	18	20
	<b>Jumlah</b>	<b>227</b>	<b>284</b>	<b>352</b>	<b>430</b>

Sumber data Puskom IAIN Antasari Banjarmasin (Desember 2013)

## 2. Hapeworld

Hapeworld adalah toko retail yang bergerak di bidang *handphone*, laptop, tablet dan produk-produk lainnya. Beralamat di jalan Amad Yani Km. 2 No. 1,2,3 Banjarmasin, Kode pos 70233. Untuk info dan pertanyaan mengenai produk *gadget* konsumen bisa langsung mengunjungi Hapeworld di alamat tersebut atau menghubungi melalui telepon (+62 511 3270 142) fax. (+62 511 3270 143) dan email (Hapeworld@yahoo.co.id).

Seluler Shop atau yang lebih dikenal SS berdiri 27 April 2002 pada awal berdirinya memfokuskan diri pada penjualan *handphone* dan aksesorisnya serta voucher & perdana. Setelah delapan tahun berjalan pada September 2010 Seluler Shop merubah nama mereka menjadi Hapeworld hingga sekarang.

Perubahan nama menjadi Hapeworld adalah pintu yang membawa mereka masuk ke dalam pasar *gadget* di Banjarmasin. Sejak saat itu produk yang ditawarkan oleh Hapeworld tidak hanya sebatas *handphone* dan aksesorisnya

tetapi mereka juga menambahkan alat-alat elektronik canggih lainnya diantaranya tablet, *smartphone*, laptop dan *gadget* lainnya.

Pada awal tahun 2010 produk laptop yang dijual di Hapeworld hanya laptop dengan merek Acer. Setahun kemudian merek laptop yang dijual di Hapeworld tidak hanya merek Acer namun juga ada merek lain seperti Sony, Toshiba, Samsung, Axio, Asus, Zirex, Lenovo, Wearness, HP, Oppo hingga Appel.

Strategi diskon yang digunakan oleh Hapeworld ada 2 jenis, pertama diskon biasa dan kedua diskon khusus. Diskon biasa adalah diskon yang dilakukan pada saat penjualan normal, yaitu tidak ada hal atau peristiwa khusus yang terjadi. Diskon ini menawarkan pemotongan harga berkisar antara Rp. 50.000,- sampai dengan Rp. 100.000,-. Pemotongan berlaku untuk semua jenis laptop yang ditawarkan. Diskon hanya berlaku pada Laptop tidak pada aksesorinya seperti *cooling pad* (kipas angin), *flashdisk*, modem dan lain-lain. Diskon khusus adalah diskon yang diberikan oleh toko kepada konsumen saat ada peristiwa atau hal khusus seperti hari-hari besar, tahun baru, tahun ajaran baru (biasanya saat kenaikan kelas/semester genap) dan juga ulang tahun toko.

Diskon yang diberikan saat perayaan tersebut lebih besar nominalnya dibandingkan diskon pada hari biasa. Diskon khusus yang saya bahas dalam penelitian ini adalah diskon dalam perayaan ulang tahun toko. Diskon yang diadakan Hapeworld dalam rangka ulang tahun toko dimulai sejak tanggal 27 Maret hingga 27 April 2014. Diskon yang berlangsung selama satu bulan itu menawarkan lebih banyak potongan harga dibandingkan diskon pada hari-hari

biasa. Potongan harga yang diberikan dimulai dari nominal Rp. 50.000,- hingga Rp. 200.000,- yaitu 2 kali lebih banyak dari biasanya. Pemotongan tersebut tidak berpengaruh pada penginstalan *windows* gratis yang diberikan toko pada konsumen. Begitu pula dengan pemberian tas dan aksesoris umum seperti *mouse*, alas *mouse*, alas *keyboard*.

Baik diskon biasa atau diskon khusus tidak memiliki ketentuan atau persyaratan khusus untuk mendapatkannya. Diskon tersebut bisa didapatkan oleh konsumen lama atau konsumen baru yang melakukan pembelian laptop di Hapeworld Banjarmasin. Diskon berlaku untuk semua merek dan tipe laptop yang dijual di Hapeworld.

Selain menawarkan diskon dalam penjualan laptopnya, pelayanan garansi di Hapeworld juga dipermudah untuk para konsumennya. Konsumen yang telah melakukan pembelian laptop di Hapeworld sudah terjamin mendapatkan garansi resmi dari produk laptop tersebut. Garansi produk yang diberikan berkisar antara 1 dan 3 tahun.

Merek laptop selain Acer menawarkan garansi produk selama 1 tahun setelah masa pembelian. Sedangkan laptop dengan merek Acer memberikan 2 masa garansi yang berbeda. Pertama garansi selama 3 tahun berlaku untuk laptop Acer yang dijual selama bulan September-Desember 2013. Tipe laptop yang mendapat garansi 3 tahun adalah AO-756, AO-752, Aspire E1 series, Aspire V3 series, Aspire V5 series, Aspire M3 series, Aspire M5 series, Aspire P3 series, Aspire R7 series, Aspire S3 series, Aspire S5 series, Aspire S7 series. Kedua

garansi selama 1 tahun berlaku untuk semua tipe laptop Acer yang terjual mulai dari bulan Januari 2014 hingga sekarang.

Sedangkan garansi yang ditawarkan merek-merek laptop selain Acer mereka memberikan masa garansi selama 1 tahun saja. Garansi tersebut berlaku untuk semua tipe dari merek-merek yang telah disebutkan di atas.

Untuk pelayanan garansi toko, pihak toko memberikan waktu selama tiga hari setelah pembelian. Bagi konsumen yang merasa laptopnya mengalami gangguan dalam proses penggunaan ataupun kerusakan fisik dipersilahkan datang ke Hapeworld untuk menggunakan garansi. Pihak toko akan memeriksa kerusakan yang terjadi pada laptop konsumen jika kerusakan tidak bisa ditangani oleh Hapeworld maka laptop tersebut akan dirujuk ke garansi resmi yang disediakan produk. Konsumen tidak dikenakan biaya dalam garansi ini selama kerusakan/kesalahan yang terjadi bukan berasal dari konsumen.

Jika kerusakan baru disadari konsumen setelah lebih dari 3 hari pembelian. Misal setelah dua minggu pembelian konsumen baru menyadari ada kesalahan pada laptopnya, konsumen masih bisa datang ke Hapeworld untuk konsultasi lebih dahulu tentang keadaan laptopnya meskipun masa garansi dari toko telah habis. Pihak toko akan memberikan layanan pengurusan garansi ke garansi *center*. Saat laptop masih dalam masa garansi kerusakan yang memang terjadi karena kesalahan dalam proses perakitan dan pengemasan (pabrik) ataupun pengisian aplikasi (toko) yang menyebabkan gangguan dalam proses penggunaan ataupun kerusakan fisik laptop semua ditanggung pihak toko dan pabrik.

Tetapi pada kasus kerusakan perangkat lunak yang disebabkan oleh konsumen atau pengguna biaya perbaikan ditanggung oleh konsumen, pihak toko hanya sebagai penyedia jasa perbaikan. Begitu pula dengan kerusakan fisik seperti LCD yang retak atau pecah biaya pembelian LCD baru ditanggung oleh konsumen sepenuhnya. Penjualan laptop di Hapeworld memang termanajemen dengan baik, ini terlihat dari banyaknya kemudahan dalam proses jual-beli. Contoh kemudahan dalam proses garansi, keringanan harga serta mudahnya proses pembayaran.

Pihak Hapeworld memang sering mengadakan diskon khusus dalam penjualannya, sepadan dengan moto dalam penjualan mereka "*Hapeworld nego sampai deal*". Jadi hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan dan merangsang pertumbuhan kunjungan ke Hapeworld. Semakin banyak yang berkunjung maka akan semakin besar kemungkinan laptop yang terjual.

### 3. Galaxy Computer

Galaxy Computer berdiri pada tahun 2012 beralamat di Jl. A Yani Km. 2 Duta Mall lantai Dasar Banjarmasin. Galaxy Computer menjual berbagai macam laptop, tablet dan aksesorisnya hingga kamera sebagai pelengkap dalam penjualan mereka. Ada berbagai merek dan tipe laptop yang dijual di sana, antaranya Acer, Asus, Toshiba, Oppo, Hp, Lenovo, Sonni, Samsung, Zirex, Axio dan Appel.

Galaxy telah berusia 2 tahun dan sudah menerapkan dua jenis diskon dalam penjualan laptopnya selama ini. Diskon jenis pertama ialah pemotongan harga setelah terjadi proses tawar-menawar. Pemotongan harga laptop dimulai



dari nominal Rp. 50.000,- hingga Rp. 150.000,-. Jika anda jeli dalam menawar maka akan mendapatkan potongan maksimal yaitu Rp. 150.000,- jika tidak anda hanya dapat pemotongan dasar (Rp. 50.000,-). Dalam diskon jenis ini setiap konsumen mendapatkan nominal pemotongan yang berbeda sesuai dengan keuletan konsumen dalam menawar. Diskon ini berlaku untuk semua konsumen yang datang berbelanja di Galaxy Computer dan tanpa syarat apapun.

Diskon jenis kedua adalah diskon *doubel*. Diskon ini adalah diskon alternatif yang diberikan toko pada konsumen yang berkriteria. Kriteria konsumen yang mendapat diskon *doubel* adalah konsumen yang pantang menyerah dalam tawar menawar, jadi setelah pihak toko memberikan potongan sebesar Rp. 150.000,- untuk harga laptop yang akan dibeli konsumen pihak toko memberikan potongan ulang terhadap harga laptop yang telah dipotong sebesar Rp. 150.000,-. Nominal yang ditawarkan diskon *doubel* mulai Rp. 50.000,- hingga Rp. 100.000,-.

Diskon biasa ataupun diskon *doubel* berlaku untuk semua merek dan tipe laptop yang dijual di Galaxy Computer. Merek apapun yang dibeli konsumen serta tipe berapa saja akan diberikan diskon, hanya saja nominal diskonnya berbeda untuk setiap konsumen. Perbedaan tersebut terjadi karena diskon yang diberikan dilakukan dengan cara tawar menawar sebelumnya.

Selain harga yang terjangkau konsumen yang akan membeli laptop juga selalu memperhatikan garansi yang diberikan oleh laptop tersebut. Oleh karena itu Galaxy Computer memberikan 2 jenis garansi laptop di tokonya. Garansi pertama

adalah garansi toko dengan masa garansi 3 hari setelah pembelian. Kedua adalah garansi resmi yang diberikan oleh produk selama 1 tahun.

Garansi toko adalah pelayanan yang diberikan oleh toko kepada konsumennya dalam perbaikan atas kesalahan yang terjadi pada laptopnya, garansi ini hanya berlaku untuk 3 hari setelah pembelian. Kenapa waktu untuk garansi toko sangat cepat, hal ini karena dalam penjualan barang elektronik berteknologi kesalahan ataupun kerusakan fisik dan *software* rentan sekali terjadi selain itu pada dasarnya garansi itu hanya berasal dari pabrik pembuat laptop untuk garansi toko ini toko menggunakan biaya pribadi dalam proses pemberian garansi. Alasan mereka memberikan garansi toko pada konsumennya adalah untuk menarik lebih banyak konsumen dengan pemberian pelayanan lebih baik saat garansi. Garansi toko berlaku untuk semua laptop yang dibeli konsumen di Galaxy Computer.

Garansi resmi dengan jangka waktu satu tahun yang diberikan oleh pabrik berlaku untuk semua merek dan tipe laptop yang dijual di Galaxy Computer. Dalam proses penggunaan garansi konsumen dipersilahkan untuk memilih jika ingin menggunakan garansinya bisa datang langsung ke *Service Center* dari merek laptopnya atau datang ke Galaxy Computer terlebih dahulu dan pihak Galaxy Computer yang akan mengurus garansinya ke *Service Center*. Pelayanan garansi resmi juga bisa diberikan toko pada *hardisk* laptop yang tidak dibeli di galaxy selama konsumen yang bersangkutan adalah pelanggan lama di Galaxy Computer.

Tidak ada biaya yang dibebankan pada konsumen pada penggunaan garansi, baik garansi toko ataupun garansi resmi (pabrik) selama kerusakan yang

terjadi pada laptop bukan karena konsumen. Jika kerusakan ataupun kasalahan itu disebabkan kesalahan dari pengguna garansi batal atau tidak berlaku dan konsumen dikenakan biaya untuk perbaikan atau penggantian alat.

Dua jenis diskon yang berlaku di Galaxy Computer adalah upaya toko untuk merealisasikan kemauan konsumen yang menginginkan petomongan harga pada setiap tranaskinya. Begitu pula pelayanan lebih yang diberikan saat garansi adalah salah satu cara Galaxy Computer menarik minat konsumen baru menjadi pelanggan dan juga mengikat pelanggan lama agar tetap setia.

#### 4. Platinum Computer

Platinum Computer dan Multimedia, umumnya cukup disebut dengan nama “Platinum” merupakan toko Computer dan Multimedia di Banjarmasin. Berlokasi di Duta Mall Banjarmasin Lantai Dasar blok F16-F18 menjadikan Platinum sebagai toko Computer dan *Gadget* yang nyaman dan mudah untuk dikunjungi.

Berdiri sejak tanggal 19 Februari 2010 dengan nama Platinum Computer dan Multimedia. Pada April 2014 ini berganti nama menjadi Platinum 288. Pergantian nama ini disebabkan pihak toko ingin membedakan *outlet* Platinum 288 dengan toko Platinum di propinsi lain di Indonesia yang tidak ada kaitan dengan Platinum 288 di Kalimantan Selatan. Saat ini Platinum 288 sudah memiliki cabang beroperasi yang baru, yaitu Platinum 288 Giant Ekstra lantai 1, telp 0811 5225 288.

Platinum memberikan solusi bagi masyarakat Banjarmasin dan Kalimantan Selatan untuk kebutuhan akan Computer, baik PC(*Personal Computer*), Laptop, maupun aksesoris lainnya, serta kebutuhan akan *gadget* seperti computer Tablet dan kelengkapan lainnya. Tersedia berbagai merek Internasional dan berkualitas tinggi seperti Acer, Apple, Asus, Dell, HP, Lenovo, Sony Vaio, Toshiba, Wearnes, Oppo.

Sedangkan untuk Computer Tablet, tersedia mulai dari produk dengan sistem operasi (OS) android seperti Asus Transformer, Huawei, Samsung Galaxy, Sony Tablet S, Toshiba Reqza, Treq, dan berbagai merek lain tersedia dengan harga yang memuaskan.

Untuk produk Apple, tersedia lengkap, baik *ipod shuffle*, *ipod touch 4G*, *iphone 3Gs*, *iphone 4s*, *ipad2*, *New Ipad/Ipad3*, maupun keluarga *Macbook Pro*, *Macbook Air* dan *Imac* beserta dengan aksesorisnya.

Platinum Computer tidak sekedar menawarkan produk yang beragam namun juga menawarkan cara penjualan yang menarik melalui promo produk-produk baru ataupun pameran laptop yang diadakan pada bulan-bulan tertentu.

Pada penjualan di hari biasa Platinum Computer hanya menawarkan potongan harga nominal dari Rp. 25.000,- hingga Rp. 50.000,- untuk semua merek dan tipe laptop. Sedangkan pada saat promo pemberian potongan harga dengan nominal maksimal Rp. 250.000,- namun potongan tersebut hanya berlaku untuk merek-merek tertentu. Ada pula promo yang memberikan hadiah langsung tidak dengan pemberian potongan harga.

Promo yang dijelaskan dalam penelitian ini adalah promo yang dilakukan oleh Platimun Computer diakhir tahun 2013, tepatnya pada tanggal 25-30 Desember 2013, Platinum mengadakan pameran komputer dengan mengedepankan produk Sony sebagai produk unggulan. Beberapa produk Sony terbaru dan terbaik yang dihadirkan dalam pameran ini, antara lain:

- Sony Fit Series, mulai dari F1421M (*dualcore*), F14212 (*core i3*), F14216 (*core i3 touchscreen*), F14416 (*amd touchscreen*), F14218 (*core i5*)
- Sony Tap Series, terdiri dari *dualcore* dan *core i5*
- Sony Pro Series, *ultrabook* dengan *body* dari fiber carbon, berat 770gr
- Sony Duos, *design* unik dan original made in Japan
- Sony Flip, Special produk dengan fungsi 3in1
- Sony Camera W series

Setiap konsumen yang melakukan pembelian pada masa promo akan mendapatkan no undian yang akan diundi pada akhir promo. Bagi semua konsumen yang telah melakukan pembelian akan mendapatkan hadiah langsung tempat minum dan kaos. Untuk pemenang utama mendapatkan Kamera Sony, penyerahan hadiah dilakukan pada awal Januari 2014.

Selain tawaran yang dijelaskan di atas Platinum Computer menawarkan satu nilai tambah lagi. Platinum Computer memberikan dua jenis garansi dalam penjualan laptop pertama garansi toko (3 hari setelah pembelian) dan garansi resmi (1 tahun). Garansi toko dan resmi yang ada di Platinum Computer berlaku untuk semua merek dan tipe laptop yang dijual di sana.

Pelayanan garansi toko hanya berlaku selama 3 hari setelah masa pembelian jadi jika konsumen merasa telah terjadi masalah ataupun kerusakan pada laptop yang telah dibeli, silahkan datang ke Platinum untuk pelayanan garansi toko. Pihak toko juga memberikan dua pilihan bagi konsumen yang ingin menggunakan garansi resmi, pertama konsumen bisa langsung mengunjungi *Service Center* untuk layanan garansi atau yang kedua datang ke Platinum Computer dahulu kemudian pihak Platinum Computer yang akan mengurus segala sesuatu mengenai garansi resmi ke *Service Center*.

Dalam pelayanan garansi tidak ada biaya yang dikenakan kepada konsumen baik itu garansi toko ataupun garansi resmi. Berbagai kerusakan dan kesalahan yang terjadi tidak dikenakan biaya perbaikan dan ganti suku cadang pada garansi resmi dan garansi toko. Dengan catatan kerusakan dan kesalahan tersebut tidak disebabkan oleh konsumen seperti LCD pecah atau retak karena terjatuh saat digunakan konsumen atau *software* yang terinfeksi virus saat digunakan oleh konsumen.

Visi Platinum sangat sederhana, yaitu membantu pemerintah untuk mewujudkan masyarakat yang melek teknologi dengan cara menyediakan produk produk Informasi Teknologi yang terbaru dan *ter-update* untuk masyarakat Kalimantan Selatan pada umumnya dan Banjarmasin khususnya.

Untuk mendukung tercapainya visi perusahaan, maka Platinum didirikan di lokasi yang sangat mudah dijangkau oleh semua orang Duta Mall Banjarmasin. Dengan beragam promo dan garansi yang ditawarkan Platinum Computer akan semakin mendukung pemerataan teknologi bagi masyarakat.

## B. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa/i Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin yang menjadi responden. Kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik responden yang dimaksud ialah:

### 1 Jurusan Responden

Tabel 4.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No.	Jurusan	Frekuensi	Persentasi
1	Hukum Keluarga (Ahwal al-Syakhsiyyah)	32	14%
2	Hukum Ekonomi Syariah (Muamalat)	15	6,50%
3	Hukum Tata Negara (Siyasah Jinayah)	8	3,50%
4	Perbandingan Mazhab (PM)	10	4,40%
5	Ekonomi Syariah (ES)	90	39,30%
6	Perbankan Syariah (PS)	59	25,80%
7	Diploma Tiga Perbankan Syariah (D3PS)	15	6,50%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Karakteristik responden berdasarkan jurusan yang menjadi fokus pendidikan mereka dibagi ke dalam tujuh kelompok, yaitu Jurusan Hukum Keluarga (Ahwal al-Syakhsiyyah), Hukum Ekonomi Syariah (Muamalat), Hukum Tata Negara (Siyasah Jinayah), Perbandingan Mazhab (PM), Ekonomi Syariah (ES), Perbankan Syariah (PS), Diploma Tiga Perbankan Syariah (D3PS).

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner memperlihatkan bahwa dari tujuh Jurusan yang disebutkan di atas setiap jurusan memperoleh jumlah

frekuensi dan presentasi yang berbeda. Jurusan Hukum Keluarga (Ahwal al-Syakhsyiyah) memperoleh frekuensi sebanyak 32 orang atau 14 %. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalat) memperoleh frekuensi sebanyak 15 orang atau 6,50%. Jurusan Hukum Tata Negara (Siyasah Jinayah) memperoleh frekuensi sebesar 8 orang atau 3,50 %. Jurusan Perbandingan Mazhab (PM) memperoleh frekuensi sebesar 10 orang atau 4,40 %. Jurusan Ekonomi Syariah (ES) memperoleh frekuensi sebesar 90 orang atau 39,30 %. Jurusan Perbankan Syariah (PS) memperoleh frekuensi sebesar 59 orang atau 25,80 %. Jurusan Diploma Tiga Perbankan Syariah (D3PS) memperoleh frekuensi sebesar 15 orang atau 6,50 %.

## 2 Angkatan atau Tahun Masuk Responden.

Tabel 4.3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan atau Tahun Masuk

No.	Angkatan	Frekuensi	Persentasi
1	2010	39	17%
2	2011	61	26,70%
3	2012	64	27,90%
4	2013	65	28,40%
	<b>Total</b>	229	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden angkatan 2013 memiliki proporsi paling banyak yaitu sebanyak 65 orang atau sebesar 28,40 %. Kemudian disusul responden angkatan 2012 sejumlah 64 orang atau 27,90 %. Responden angkatan 2011 yaitu sebanyak 61 orang atau 26,70 %. Pada peringkat terakhir adalah responden angkatan 2010 yaitu sebanyak 37 orang atau 17 %.



### 3 Jenis kelamin Responden

Tabel 4.4  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi
1	Laki-laki	88	38,40%
2	Perempuan	141	61,60%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa responden laki-laki adalah sebanyak 88 orang atau 38,40 % dan responden perempuan sebanyak 141 orang atau 61,60 %.

### C. Analisis Deskripsi Variabel

Dari data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran mengenai pengaruh diskon dan garansi terhadap keputusan pembelian laptop oleh mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Diskon ( $X_1$ )
  - a. Potongan Harga Karena Pembayaran Tunai ( $X_{1.1}$ )

Tabel 4.5  
Jawaban Responden Terhadap Potongan Harga Karena Pembayaran Tunai

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Cukup Setuju	20	8,7%
4.	Setuju	95	41,5%
5.	Sangat Setuju	114	49,8%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui responden yang memilih jawaban sangat setuju bahwa pemotongan harga laptop dilakukan karena pembayaran tunai

mempunyai proporsi paling banyak, yaitu 49,8%, kemudian disusul jawaban setuju sebesar 41,5%. Responden yang menjawab cukup setuju mempunyai proporsi paling sedikit, yaitu 8,7%. Dapat disimpulkan bahwa semua responden setuju dengan pemberian potongan harga laptop yang bersyaratkan pembayaran tunai.

b. Diskon Kuantitas ( $X_{1.2}$ )

Tabel 4.6  
Jawaban Responden Terhadap Diskon Harga untuk Pembelian Banyak

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	5	2,2%
3.	Cukup Setuju	39	17%
4.	Setuju	126	55%
5.	Sangat Setuju	59	25,8%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan jawaban setuju mempunyai proporsi paling banyak, yaitu 55%. Disusul jawaban sangat setuju sebesar 25,8%, dan cukup setuju 17%. Jawaban tidak setuju dengan proporsi paling sedikit, 2,2%. Dari sini dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyetujui pemberian diskon harga terhadap pembelian laptop dalam jumlah yang banyak (lebih dari satu).

c. Diskon Musiman ( $X_{1.3}$ )

Tabel 4.7  
Jawaban Responden Terhadap Diskon Musiman (Tahun Ajaran Baru)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	13	5,7%
3.	Cukup Setuju	83	36,2%
4.	Setuju	95	41,5%
5.	Sangat Setuju	38	16,6%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa jawaban yang mempunyai proporsi paling banyak adalah jawaban setuju, yaitu sebesar 41,5%. Kemudian disusul jawaban cukup setuju sebesar 36,2%, sangat setuju 16,6%, dan 5,7% untuk jawaban tidak setuju. Pada diskon musiman ini ada sebesar 5,7% atau 13 orang responden yang tidak setuju diadakan diskon musiman seperti diskon saat Tahun Ajaran Baru.

d. Penjualan Spesial ( $X_{1.4}$ )

Tabel 4.8  
Jawaban Responden Terhadap Penjualan Spesial (Ulang Tahun Toko)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Cukup Setuju	30	13,1%
4.	Setuju	101	44,1%
5.	Sangat Setuju	98	42,8%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa jawaban yang mempunyai proporsi paling banyak adalah jawaban setuju, yaitu sebesar 44,1%, ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju untuk membeli laptop saat penjualan spesial. Kemudian disusul jawaban sangat setuju sebesar 42,8%, cukup setuju 13,1%. Jadi kesimpulannya responden setuju terhadap diskon spesial yang ditawarkan oleh toko laptop yang sedang berulang tahun.

e. Rabat Tunai ( $X_{1,5}$ )

Tabel 4.9  
Jawaban Responden Terhadap Rabat Tunai (*Cash back*)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	12	5,2%
3.	Cukup Setuju	58	25,3%
4.	Setuju	116	50,7%
5.	Sangat Setuju	43	18,8%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Data di atas menunjukkan bahwa jawaban dengan proporsi paling banyak adalah jawaban setuju, yaitu sebesar 50,7%. Kemudian disusul jawaban cukup setuju sebesar 25,3%, sangat setuju 18,8%, dan 5,2% untuk jawaban tidak setuju. Meskipun pada rabat tunai ini ada sebesar 5,2% atau 12 orang responden yang tidak setuju dengan rabat tunai, hal ini tidak akan mempengaruhi persentasi responden yang setuju terhadap rabat tunai yang berjumlah 94,8%. Dari beberapa uraian di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel diskon ( $X_1$ ):

Tabel 4.10  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Diskon ( $X_1$ )

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju			
		jlh	%	jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%		
1.	Potongan Tunai ( $X_{1,1}$ )	0	0%	0	0%	20	8,7%	95	41,5%	114	49,8%	229	100%
2.	Diskon Kuantitas ( $X_{1,2}$ )	0	0%	5	2,2%	39	17%	126	55%	59	25,8%	229	100%
3.	Diskon Musiman ( $X_{1,3}$ )	0	0%	13	5,7%	83	36,2%	95	41,5%	38	16,6%	229	100%
4.	Penjualan Spesial ( $X_{1,4}$ )	0	0%	0	0%	30	13,1%	101	44,1%	98	42,8%	229	100%
5.	Rabat Tunai ( $X_{1,5}$ )	0	0%	12	5,2%	58	25,3%	116	50,7%	43	18,8%	229	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

## 2. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Garansi ( $X_2$ )

### a. Garansi Resmi (Pabrik) $X_{2.1}$

Tabel 4.11  
Jawaban Responden Terhadap Garansi Resmi (Pabrik)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Cukup Setuju	27	11,8%
4.	Setuju	89	38,9%
5.	Sangat Setuju	113	49,3%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan jawaban sangat setuju memiliki proporsi yang paling banyak, yaitu sebesar 49,3%. Ini berarti sebagian besar responden memilih untuk membeli laptop yang memiliki garansi resmi selama 1-3 tahun. Jawaban setuju mempunyai proporsi sebesar 38,9%, dan untuk jawaban cukup setuju sebesar 11,8%. Bisa disimpulkan bahwa tidak ada responden yang setuju untuk membeli laptop tanpa garansi resmi.

### b. Garansi Toko ( $X_{2.2}$ )

Tabel 4.12  
Jawaban Responden Terhadap Garansi Toko

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	5	2%
2.	Tidak Setuju	38	16,6%
3.	Cukup Setuju	87	38%
4.	Setuju	81	35,4%
5.	Sangat Setuju	18	8%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Sebanyak 38% responden cukup setuju memilih untuk membeli laptop dengan masa garansi 3 hari setelah pembelian, kemudian disusul 35,4% untuk jawaban setuju, jawaban sangat setuju 8%. Sedangkan jawaban tidak setuju

mencapai angka yang cukup tinggi dibanding presentasi jawaban di variabel lain, yaitu sebesar 16,6% dan jawaban sangat tidak setuju 2%. Jadi terdapat sekitar 20% responden yang tidak setuju dengan garansi toko yang kebanyakan hanya 3 hari setelah pembelian saja. Dan ada 80% responden setuju dengan garansi toko selama 3 hari, karena yang lebih diutamakan dalam garansi adalah garansi resmi (pabrik).

c. Pelayanan Garansi ( $X_{2.3}$ )

Tabel 4.13  
Jawaban Responen Terhadap Pelayanan Garansi

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Cukup Setuju	24	10,4%
4.	Setuju	105	46%
5.	Sangat Setuju	100	43,6%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa jawaban setuju memiliki proporsi paling banyak dalam hal pelayanan garansi oleh pihak toko dan pabrik, yaitu sebesar 46%. Kemudian disusul 43,6% untuk jawaban sangat setuju dan 10,4% cukup setuju.

d. Tempat *Service Center*( $X_{2.4}$ )

Tabel 4.14  
Jawaban Responen Terhadap Tempat *Service Center*

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	38	16,6%
3.	Cukup Setuju	89	38,9%
4.	Setuju	83	36,2%
5.	Sangat Setuju	19	8,3%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa 38,9% responden memilih jawaban cukup setuju untuk pernyataan tempat *Service center* yang mudah dijangkau di Pusat Kota. Sebesar 36,2% memilih jawaban setuju, disusul 16,6% untuk jawaban tidak setuju dan sangat setuju 8,3%. *Service center* yang mudah dijangkau memang memudahkan konsumen, hanya saja bagi konsumen yang tidak berdomisili di Pusat Kota pilihan tersebut tidak begitu tepat sehingga ada sekitar 16,6% responden yang tidak setuju mengenai *Service center* yang berada di Pusat Kota.

Dari empat indikator yang dijelaskan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel garansi ( $X_2$ ):

Tabel 4.15  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Terhadap Variabel  
Garansi( $X_2$ )

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju			
		jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	jlh	%	Jlh	%		
1.	Garansi resmi ( $X_{2,1}$ )	0	0%	0	0%	27	11,8%	89	38,9%	113	49,3%	229	100%
2.	Garansi toko ( $X_{2,2}$ )	5	2%	38	16,6%	87	38%	81	35,4%	18	8%	229	100%
3.	Pelayanan garansi ( $X_{2,3}$ )	0	0%	0	0%	24	10,4%	105	46%	100	43,6%	229	100%
4.	<i>Service center</i> ( $X_{2,4}$ )	0	0%	38	16,6%	89	38,2%	88	36,2%	19	8,3%	229	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

### 3. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

#### a. Adanya Kebutuhan ( $Y_{1.1}$ )

Tabel 4.16  
Jawaban Responden Terhadap Adanya Kebutuhan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Cukup Setuju	9	4%
4.	Setuju	70	30,5%
5.	Sangat Setuju	150	65,5%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Jika ditanyakan apakah responden membeli laptop karena adanya kebutuhan, responden lebih banyak yang menjawab sangat setuju dan tidak ada responden yang memilih jawaban tidak setuju ataupun sangat tidak setuju. Responden yang memilih jawaban sangat setuju yaitu sebesar 65,5%. Disusul jawaban setuju sebesar 30,5%, dan hanya 4% untuk responden yang menjawab cukup setuju.

#### b. Pencarian Informasi ( $Y_{1.2}$ )

Tabel 4.17  
Jawaban Responden Terhadap Pencarian informasi

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Cukup Setuju	18	8%
4.	Setuju	98	42,7%
5.	Sangat Setuju	113	49,3%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Tabel di atas menunjukkan sebanyak 49,73% responden menjawab sangat setuju dalam hal pencarian informasi sebelum memutuskan membeli laptop, ini berarti para responden tersebut selalu mencari berbagai informasi tentang laptop



yang ingin dibelinya. Informasi tersebut bisa berupa harga, kualitas produk, dan garansi, yang bisa didapat melalui media internet, baliho promosi toko atau dari konsumen lainnya. Jawaban setuju menjadi jawaban dengan jumlah terbanyak kedua, yaitu sebesar 42,7% berbeda 6,6% dari perolehan jawaban sangat setuju. Terakhir ada 8% responden yang memilih jawaban cukup setuju.

c. Evaluasi Alternatif Produk ( $Y_{1,3}$ )

Tabel 4.18  
Jawaban Responden Penilaian dan Seleksi terhadap Berbagai Alternatif Produk

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Cukup Setuju	27	11,8%
4.	Setuju	121	52,8%
5.	Sangat Setuju	81	35,4%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

Sebagian besar responden selalu melakukan penilaian dan seleksi terhadap berbagai alternatif produk sebelum membeli produk laptop yang diinginkannya, ini sesuai dengan data diatas yang menunjukkan bahwa sebanyak 52,8% responden menjawab setuju dan sebanyak 35,4% responden menjawab sangat setuju. Pada peringkat terakhir adalah responden yang menjawab cukup setuju hanya 11,8%.

d. Keputusan Membeli ( $Y_{1,4}$ )

Tabel 4.19  
Jawaban Responden Terhadap Keputusan Membeli

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase %
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	20	8,7%
3.	Cukup Setuju	81	35,4%
4.	Setuju	104	45,4%
5.	Sangat Setuju	24	10,5%
	<b>Total</b>	<b>229</b>	<b>100%</b>

Sebanyak 45,4% responden setuju untuk melakukan pembelian laptop setelah melakukan penilaian terhadap harga dan garansi laptop yang ditawarkan. Sebanyak 35,4% responden yang menjawab cukup setuju, 10,5% untuk responden yang menjawab sangat setuju, dan hanya 8,7% untuk responden yang menjawab tidak setuju. Jadi kesimpulannya responden akan mempertimbangkan faktor harga yang terjangkau dan garansi yang bertanggung jawab dalam setiap proses pembelian laptop mereka. Dari data tabel 4.19 terlihat dengan jelas responden lebih banyak memilih jawaban setuju, sangat setuju dan cukup setuju, ketiga pilihan jawaban tersebut sama-sama mengarah pada kata setuju.

Dari penjelasan di atas, berikut tabel rekapitulasi variabel Keputusan pembelian konsumen (Y):

Tabel 4.20  
Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

No.	Indikator	Alternatif Jawaban										Total	%
		Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju			
		Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%	Jlh	%		
1.	Adanya kebutuhan (Y <sub>1.1</sub> )	0	0%	0	0%	9	4%	70	30,5%	150	65,5%	229	100%
2.	Pencarian informasi (Y <sub>1.2</sub> )	0	0%	0	0%	18	8%	98	42,7%	113	49,3%	229	100%
3.	Evaluasi alternatif produk (Y <sub>1.3</sub> )	0	0%	0	0%	27	11,8%	121	52,8%	81	35,4%	229	100%
4.	Keputusan membeli (Y <sub>1.4</sub> )	0	0%	20	8,7%	81	35,4%	104	45,4%	24	10,5%	229	100%

Sumber: Hasil penelitian 2014 (Data diolah)

## D. Hasil Analisis Instrumen Data

### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis butir. Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengkorelasikan 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 korelasinya *Product Moment Pearson* di mana  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $\alpha=5\%$ ;  $n-2$ ) dan  $n$ =jumlah sampel.<sup>9</sup> Dari r tabel (lihat lampiran), untuk  $df = n - 2$ , dalam penelitian ini  $df = 229 - 2 = 227$  dengan tingkat signifikansi 5%, diperoleh angka 0,130.

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan uji validitas *Pearson Corellation*. Berikut hasil dari uji validitas penelitian dengan bantuan SPSS 20(*Statistical Product and Service Solution*) pada tabel berikut:

Tabel 4.21  
Hasil uji validitas variabel X dan Y

Variabel	Indikator	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Keterangan
Diskon ( $X_1$ )	$X_{1.1}$	0,600	0,130	Valid
	$X_{1.2}$	0,698	0,130	Valid
	$X_{1.3}$	0,687	0,130	Valid
	$X_{1.4}$	0,782	0,130	Valid
	$X_{1.5}$	0,521	0,130	Valid
Garansi ( $X_2$ )	$X_{2.1}$	0,561	0,130	Valid

<sup>9</sup> Sugiono, *op. cit.*, h.124

Garansi (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.2</sub>	0,923	0,130	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,528	0,130	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,924	0,130	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y <sub>1.1</sub>	0,576	0,130	Valid
	Y <sub>1.2</sub>	0,702	0,130	Valid
	Y <sub>1.3</sub>	0,739	0,130	Valid
	Y <sub>1.4</sub>	0,747	0,130	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014) lihat Lampiran

Berdasarkan tabel diatas, nilai r-hitung dari semua item lebih besar dari r tabel: 0,130 ( $\alpha=0.05$ ; n-2). Ini berarti semua item tersebut dapat dinyatakan valid, dan benar-benar bisa digunakan sebagai alat ukur keputusan pembelian laptop oleh Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin.<sup>10</sup>

## 2. Hasil uji reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alphas* yang berguna untuk mengetahui apakah alat ukur yang dipakai *reliable* (handal). Ketentuan uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*:<sup>11</sup>

- a. Nilai *Cronbach's Alpha* positif tidak boleh negatif.
- b. Nilai *Cronbach's Alpha* hasil perhitungan sama atau lebih besar dari 0,6.

Perhitungan uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20*. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil uji reliabilitas:

Tabel 4.22  
Hasil uji reliabilitas variabel X dan Y

<sup>10</sup> Haryadi Sarjono, Winda Julianita, *op. cit.*, h. 50

<sup>11</sup> *Ibid.*, h. 45

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
Diskon ( $X_1$ )	0,747	0,60	Reliabel
Garansi ( $X_2$ )	0,748	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,726	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014) lihat Lampiran

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Cronbach's Alpha* dari semua variabel adalah lebih besar dari 0,60 dan bernilai positif. Ini berarti semua item dapat dinyatakan reliabel dan siap untuk dimasukkan ke dalam analisis data.

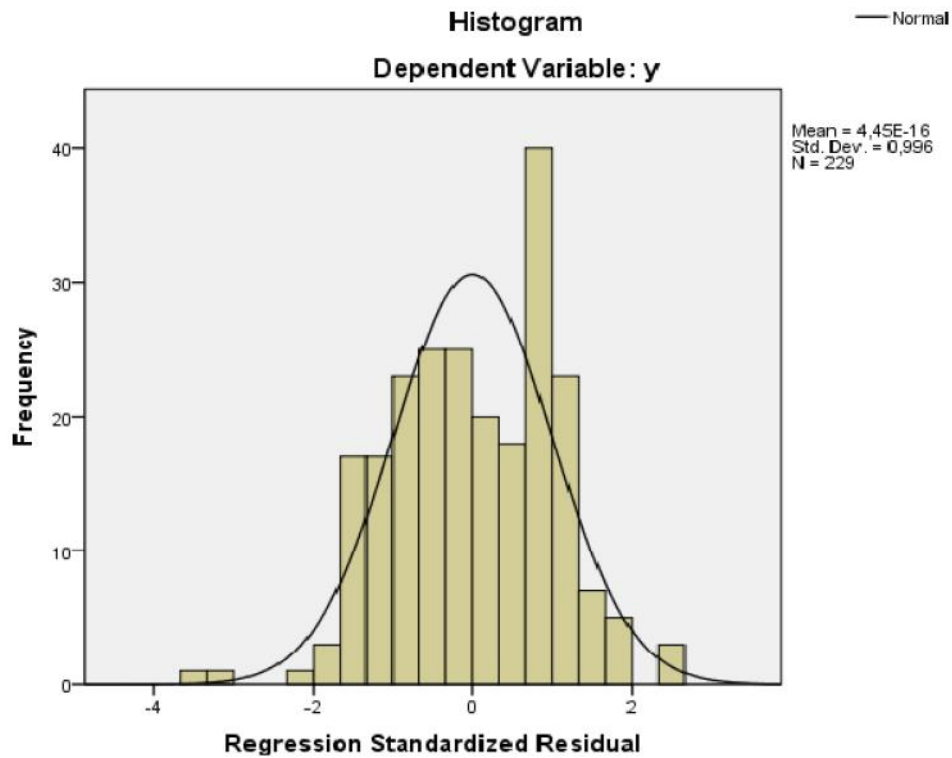
## E. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau ke kanan.

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *Histogram Regression Residual* serta melihat diagram normal *P-P Plot Regression Standardized* dengan bantuan *SPSS 20*, gambar yang dihasil sebagai berikut:

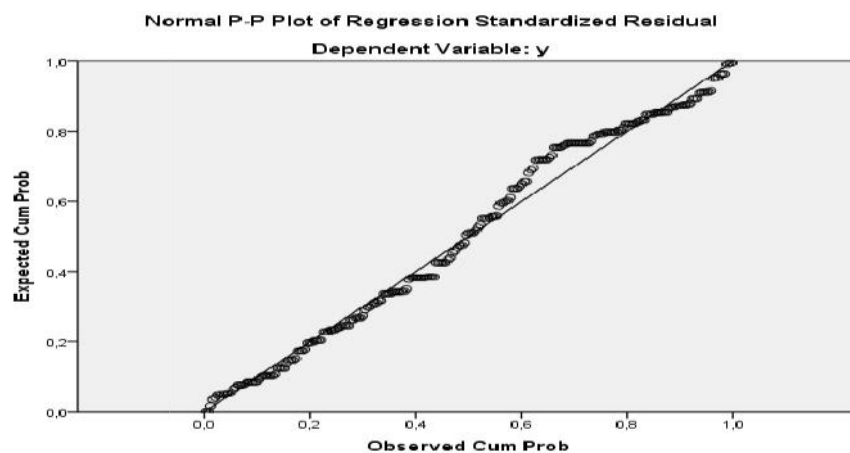
Gambar 4.1



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014) lihat Lampiran

Dari tampilan *output Histogram* di atas menunjukkan bahwa gambar 4.1 berpola lonceng. Berarti pola distribusi mendekati normal, hal ini dikarenakan pola distribusi data yang tidak melenceng ke kiri atau melenceng ke kanan.

Gambar 4.2



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014) lihat Lampiran

Melihat dari tampilan *output Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* (gambar 4.2) di atas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

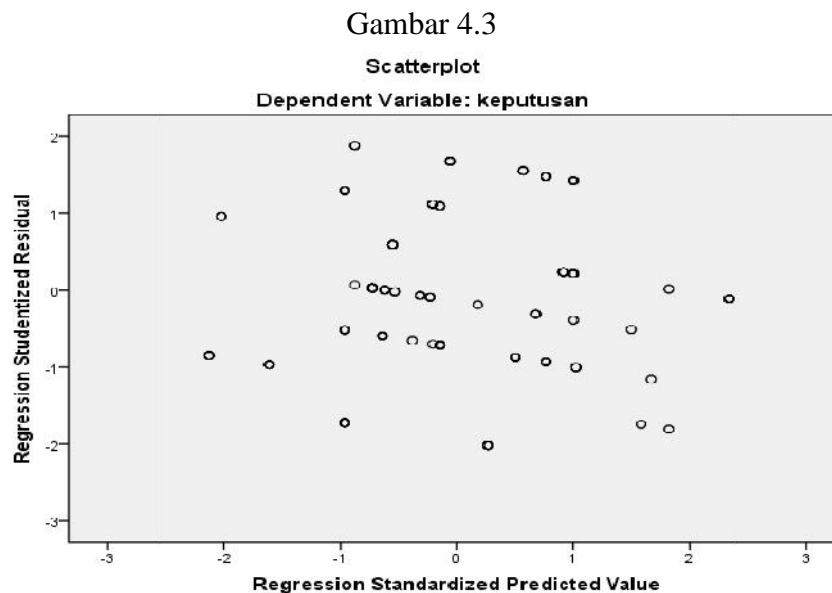
## 2. Uji Heterokedastisitas

Data yang baik dalam uji regresi ini adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data *cross section* memiliki data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar).

Salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara menganalisanya sebagai berikut:

- a. Dengan melihat apakah titik-titik memiliki pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit. Jika terjadi, indikasinya terdapat heterokedastisitas.
- b. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, indikasinya tidak terjadi heterokedastisitas.

Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan bantuan *SPSS 20*:



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014) lihat Lampiran

Dari tampilan *grafik Scatterplot* di atas, maka dapat dilihat sebaran titik-titik yang acak, baik di atas maupun di bawah angka 0 dari sumbu Y tidak menunjukkan pola apapun. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi indikasi heterokedastisitas dalam model regresi ini, sehingga model regresi ini dapat dinyatakan layak untuk memprediksi keputusan pembelian laptop oleh mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin berdasarkan pengaruh dari variabel bebasnya.

### 3. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antar variabel, salah satu caranya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Menurut Tony Wijaya (2012), jika nilai  $VIF < 10$  dan nilai  $tolerance > 0,01$  maka model tidak terdapat multikolinieritas.



Tabel 4.23

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics			
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF		
1	(Constant)	7,577	1,182		6,411	,000			
	x1 Diskon	,141	,054		,136	2,628	,009	,994	1,006
	x2 Garansi	,418	,036		,606	11,706	,000	,994	1,006

a. Dependent Variable: y (Keputusan Pembelian)

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014) lihat Lampiran

Berdasarkan *outputCoefficients* di atas dapat dilihat bahwa nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dari semua variabel bebas adalah 1,006, nilai tersebut kurang dari 10. Sedangkan nilai toleransi adalah 0,994 lebih besar dari 0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada model uji regresi ini.

## F. Analisis Regresi Linier Berganda

Perhitungan regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20*. Analisis ini bertujuan untuk memprediksikan nilai dari variabel tergantung apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan. Berikut adalah rumus regresi linier berganda: (dengan dua variabel bebas)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

$b_1, b_2$  = koefisien regresi

$X_1$  = Diskon

$X_2$  = Garansi

Penjelasan dari hasil uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS akan ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.24

Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Garansi( $X_2$ ), diskon ( $X_1$ )	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Tabel 4.25

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,631 <sup>a</sup>	,398	,393	1,29829

a. Predictors: (Constant),  $x_2$  (garansi),  $x_1$  (diskon)

b. Dependent Variable:  $y$  (keputusan pembelian)

Tabel 4.26

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	252,080	2	126,040	74,777	,000 <sup>a</sup>
	Residual	380,933	226	1,686		
	Total	633,013	228			

a. Predictors: (Constant), garansi ( $X_2$ ), diskon ( $X_1$ )

b. Dependent Variable: keputusan pembelian ( $Y$ )

Tabel 4.27

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,577	1,182		6,411	,000
	Diskon	,141	,054	,136	2,628	,009
	garansi	,418	,036	,606	11,706	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian (Y)

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014) lihat Lampiran

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 7,577 + 0,141X_1 + 0,418X_2$$

Jika  $X_1 = 10$  dan  $X_2 = 5$  maka hasil dari persamaan tersebut adalah:

$$Y = 7,577 + 0,141(10) + 0,418(5)$$

$$Y = 7,577 + 1,41 + 2,09$$

$$Y = 11,077$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

$b_1, b_2$ , = koefisien regresi

$X_1$  = Diskon

$X_2$  = Garansi

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 7,577; artinya jika diskon dan garansi nilainya adalah 0, maka nilai Keputusan Pembelian adalah positif sebesar 7,577.
- Koefisien regresi variabel diskon ( $b_1$ ) sebesar 0,141; artinya jika diskon mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,141 satuan. Jika nilai diskon mengalami kenaikan sebanyak 10 satuan, maka keputusan pembelian

akan mengalami kenaikan sebesar 1,41 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

- Koefisien regresi variabel garansi ( $b_2$ ) sebesar 0,418; artinya jika nilai garansi mengalami kenaikan satu satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,418 satuan. Jika nilai garansi mengalami kenaikan sebanyak 5 satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 2,09 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Dengan konstanta ( $a$ ) 7,577 koefisien regresi variabel diskon ( $b_1$ ) sebesar 0,141 koefisien regresi variabel garansi ( $b_2$ ) 0,418 dimisalkan nilai  $X_1 = 10$  dan  $X_2 = 5$  maka keputusan pembelian akan naik sebesar 11,077 satuan.

### G. Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted $R^2$ )

Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada *output Model Summary* dari hasil analisis regresi linier berganda di atas. Menurut Santoso (2001) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan Adjusted  $R^2$  sebagai koefisien determinasi. *Adjusted R Square* adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan.

Tabel 4.25  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,631 <sup>a</sup>	,398	,393	1,29829

a. Predictors: (Constant), x2 (garansi), x1 (diskon)

b. Dependent Variable: y (keputusan pembelian)

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014) lihat Lampiran

Berdasarkan *output* di atas, nilai koefisien *korelasi pearson* adalah 0,631 (nilainya mendekati angka 1) yang berarti tingkat hubungan antara keputusan pembelian terhadap diskon dan garansi adalah kuat. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,393 atau (39% ~ 40%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (diskon dan garansi) terhadap variabel tergantung (keputusan pembelian) sebesar 40%. Atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 40% variasi variabel tergantung. Sedangkan sisanya 60% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Menurut penulis, berdasarkan teori dari Philip Kotler yang membahas mengenai perilaku pembelian konsumen, maka variabel lain tersebut bisa berupa Kebudayaan, Sosial, Kepribadian, atau Psikologis dari pembeli.

Sedangkan *Standard Error of the Estimate* adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai Y. Dari hasil regresi didapat nilai *Standard Error of the Estimate* adalah sebesar 1,29829, hal ini berarti banyaknya kesalahan dalam memprediksi Keputusan Pembelian sebesar 1,29829.

## H. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji koefisien regresi secara simultan (Uji F)

Hasil uji F dapat dilihat pada *output ANOVA* dari hasil analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ , df 1 (jumlah variabel-1) atau  $3 - 1 = 2$ , dan df 2 (n-k-1) atau  $229 - 2 - 1 = 226$  (n adalah

jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas), maka bisa didapat nilai untuk F tabel adalah sebesar 3,035 (lihat lampiran).

Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Jika F hitung < F tabel, maka Hoditerima, dan jika F hitung > F tabel, maka Hoditolak. Berikut data hasil uji F dengan bantuan *SPSS 20*:

Tabel 4.26

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	252,080	2	126,040	74,777	,000 <sup>a</sup>
	Residual	380,933	226	1,686		
	Total	633,013	228			

a. Predictors: (Constant), X<sub>2</sub> (garansi), X<sub>1</sub> (diskon)

b. Dependent Variable: Y (keputusan pembelian)

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014) lihat Lampiran

Hipotesis:

Ho = Tidak terjadi pengaruh secara simultan antara variabel independen (diskon dan garansi) dengan variabel dependen (keputusan pembelian)

H1 = Terjadi pengaruh secara simultan antara variabel variabel independen (diskon dan garansi) dengan variabel dependen (keputusan pembelian)

Berdasarkan *output ANOVA* di atas dapat dilihat bahwa nilai F adalah sebesar 74,777. Ini berarti nilai F hitung > F tabel ( $74,777 > 3,035$ ), maka Ho ditolak. Kesimpulannya, karena Ho ditolak, artinya kedua variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari diskon dan garansi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop oleh Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin.

## 2. Uji koefisien regresi secara parsial (Uji t)

Hasil uji t dapat dilihat pada *outputcoefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha=5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  atau  $229 - 2 - 1 = 226$  (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas), maka bisa didapat nilai untuk t tabel adalah sebesar 1,971.

Untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika t hitung  $<$  t tabel, maka Hoditerima, dan jika t hitung  $>$  t tabel, maka Hoditolak.

Tabel 4.27

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,577	1,182		6,411	,000
	diskon	,141	,054	,136	2,628	,009
	garansi	,418	,036	,606	11,706	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian (Y)

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20 (2014) lihat Lampiran

### a. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Diskon ( $X_1$ )

Hipotesis:

$H_0$  = Tidak terjadi pengaruh secara parsial antara variabel independen (diskon) dengan variabel dependen (keputusan pembelian)

$H_1$  = Terjadi pengaruh secara parsial antara variabel independen (diskon) dengan variabel dependen (keputusan pembelian)

Berdasarkan *outputcoefficients* di atas dapat dilihat bahwa nilai  $t$  untuk variabel diskon ( $X_1$ ) adalah sebesar 2,628. Ini berarti nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel (2,628  $>$  1,971), maka  $H_0$  ditolak. Kesimpulannya, karena  $H_0$  ditolak, artinya dalam penelitian ini variabel diskon ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop oleh Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin.

b. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Garansi ( $X_2$ )

Hipotesis:

$H_0$  = Tidak terjadi pengaruh antara variabel independen (garansi) dengan variabel dependen (keputusan pembelian)

$H_1$  = Terjadi pengaruh secara parsial antara variabel independen (garansi) dengan variabel dependen (keputusan pembelian)

Berdasarkan *outputcoefficients* di atas dapat dilihat bahwa nilai  $t$  untuk variabel garansi ( $X_2$ ) adalah sebesar 11,706. Ini berarti nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel (11,706  $>$  1,971), maka  $H_0$  ditolak. Kesimpulannya, karena  $H_0$  ditolak, artinya dalam penelitian ini variabel garansi ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop oleh Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin.

Berdasarkan uji koefisien regresi secara parsial (uji  $t$ ) di atas nilai  $t$  hitung garansi 11,706  $>$  nilai  $t$  hitung diskon 2,628, maka dapat disimpulkan bahwa hanya satu variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian laptop oleh Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin, yaitu variabel garansi ( $X_2$ ).

Seperti penjelasan yang ada dalam landasan teori, teori perilaku membeli konsumen menyatakan bahwa konsumen akan melalui proses pemilihan untuk



sampai pada keputusan pembelian. Ada beberapa tipe konsumen dalam memutuskan pembelian. Pertama konsumen yang setia pada merek, mereka akan membeli jika produk tersebut ber-merek. Ada juga tipe konsumen cermat yang membeli produk karena kualitas dan jaminan. Tipe selanjutnya adalah yang banyak ditemui, yaitu membeli karena harga murah dan terakhir membeli karena produk itu mudah didapat.

Selain harga, merek, produk dan distribusi, perilaku membeli konsumen juga bisa berubah karena faktor dari luar produk. Misal seorang mahasiswa yang ingin membeli laptop merek A namun sebelumnya dia berbincang dengan temannya mengenai keinginan membeli laptop, lalu temannya memberikan persepsi yang bertolak belakang sehingga mahasiswa tersebut merubah keputusannya membeli merek B. Perubahan keputusan tersebut bisa terjadi kapanpun dan dimanapun, jadi bisa saja merek A menjadi tren pada hari ini tapi besok merek B yang menjadi tren.

Menurut penulis, berdasarkan riset yang sudah dilakukan selama dua bulan, sebagian besar mahasiswa lebih cenderung mengutamakan garansi laptop dibandingkan dengan diskon laptop. Hal ini karena mereka ingin mendapatkan kepuasan pemakaian laptop dengan waktu yang maksimal. Laptop yang berkualitas bagus adalah laptop yang memiliki garansi resmi dan juga garansi toko.

Akan tetapi penulis juga menemukan sebagian responden yang lebih selektif dalam membeli laptop dimana mereka selalu berusaha untuk mencari laptop yang berkualitas bagus dengan penawaran diskon serta promo lain. Karena

banyaknya persaingan maka sekarang mencari toko-toko laptop yang memberikan penawaran diskon laptop bukan hal yang sulit. Dalam beberapa bulan pasti akan ada toko yang mengadakan pameran dan promo laptop ataupun *gadget* terbaru di Duta Mall Banjarmasin. Membayar lebih mahal untuk kualitas yang baik bukan sebuah kerugian, tetapi mendapatkan laptop dengan kualitas baik dengan harga yang sederhana pilihan bijak.

Bagi sebagian besar responden dalam penelitian ini, variabel diskon adalah faktor pendukung, sebab bila tidak ada toko laptop yang menawarkan diskon disaat responden ingin membeli laptop mereka akan tetap melakukan pembelian laptop meskipun tanpa diskon. Hal tersebut dilakukan karena fungsi laptop sangat dibutuhkan oleh mahasiswa terutama dalam pengerjaan tugas, jadi apabila mereka menunda pembelian hanya karena menunggu penawaran diskon dari toko laptop maka akan tertunda pula kemudahan yang didapat dari laptop.

Sedangkan variabel garansi laptop dijadikan sebagai faktor utama dalam membuat suatu keputusan pembelian karena dalam hal membeli laptop jaminan akan keamanan dan kenyamanan pemakaian lebih diperlukan. Keamanan dan kenyamanan pemakaian akan semakin menunjang kepuasan penggunaan laptop oleh mahasiswa. Mengingat laptop adalah alat pembantu mahasiswa dalam pengerjaan tugas. Inilah alasannya kenapa variabel kualitas produk menjadi variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian laptop oleh Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin, baik itu secara simultan maupun secara parsial.

Lebih banyak mahasiswa yang memilih garansi sebagai variabel utama yang memengaruhi pembelian mereka menjadikan hipotesis awal dari penelitian ini ditolak. Pada hipotesis awal dinyatakan bahwa variabel diskon akan memiliki pengaruh lebih besar dibanding variabel garansi, sesuai dengan teori dari Philip Kotler yang menyatakan bahwa, “harga menjadi faktor utama yang memengaruhi pilihan para pembeli.” Teori ini menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh harga. Semakin rendah harga yang ditawarkan maka semakin tinggi keputusan membeli.

Fakta dan data yang didapat di lapangan telah menolak hipotesis awal penelitian dan menjadikan teori dari Philip Kotler tentang harga yang menjadi faktor utama dalam pilihan pembelian tidak berlaku pada kondisi ini. Jadi teori yang lebih cocok untuk masalah keputusan pembelian produk elektronik adalah teori baru yang menyatakan bahwa, “garansi menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian produk elektronik.”

Ada kesadaran mahasiswa untuk mengenal arti dari kebutuhan mereka akan laptop sebagai penunjang perkuliahan pada akhirnya memutuskan kualitas dan kenyamanan sebagai alasan pembelian laptop.

Selain alasan di atas banyaknya pembiayaan yang masuk dan bekerja sama dengan toko-toko besar penjual laptop membuat harga laptop terbaru dengan kualitas baik yang jika dibeli secara tunai terbilang mahal menjadi terjangkau. Adanya sistem penjualan laptop secara kredit lebih memudahkan masyarakat untuk memiliki laptop yang diinginkan tanpa dipersulit harga yang mahal.

Kemudahan untuk mendapatkan laptop menjadikan laptop sebagai barang yang penting di berbagai tempat dan keadaan baik di kantor, kampus ataupun pertokoan. Karena fungsi laptop yang sangat membantu dan memudahkan pekerjaan administrasi, pembukuan sampai pengetikan.

Laptop juga memiliki kegunaan lain dalam pemanfaatannya, selain berfungsi sebagai mesin ketik, laptop juga bisa melakukan kegiatan lain seperti, untuk hiburan (*main game*), *browsing*, *chatting*, desain dan lain-lain. Namun Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin yang menggunakan laptop sebagai alat penunjang kuliah lebih sering melakukan *browsing* untuk pencarian bahan kuliah dan terkadang ada beberapa dosen yang menggunakan email sebagai tempat berkomunikasi tentang perkuliahan dengan mahasiswanya. Tak jarang mahasiswa harus mengumpulkan tugas melalui email kepada dosen.

Kesadaran mahasiswa bahwa laptop sangat memudahkan pengerjaan tugas-tugas kuliah menjadikan mereka membeli laptop yang berkualitas baik. Untuk selanjutnya mengenai pembelian ulang laptop, mereka tidak melakukan pembelian ulang selama laptop yang dimiliki masih bagus dan berfungsi dengan baik. Jika ada kerusakan ataupun laptopnya tidak berfungsi dengan baik barulah mahasiswa tersebut membeli laptop baru.

Ini berarti, perilaku konsumen dalam hal mengkonsumsi dan penggunaan laptop oleh Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin masih termasuk dalam batasan konsumsi yang sudah diatur dalam Islam, sesuai dengan firman Allah Swt. dalam surah Al-Ma'idah (5) ayat 87:

مُعْتَدِينَ تُحِبُّ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ إِنَّ تَعْتَدُوا وَلَا لَكُمْ اللَّهُ أَحَلَّ مَا طَيَّبْتُمْ حُرْمُوا إِلَّا ءَامَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا



Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”

Menurut penulis, perilaku konsumsi yang mengutamakan asas kebutuhan ini dapat dianggap tidak melampaui batas, karena untuk menghapus perilaku konsumsi yang melampaui batas tersebut maka syariah telah memerintahkan kita untuk lebih memprioritaskan konsumsi pada sesuatu yang lebih diperlukan dibanding sesuatu yang diinginkan.

Laptop merupakan alat yang sangat bermanfaat untuk mahasiswa. Meski dalam penjabaran di atas ada fungsi lain laptop sebagai hiburan, tetapi mahasiswa telah menyadari tentang kebutuhan mereka terhadap laptop bukan sekedar keinginan untuk mengenal teknologi saja.

Sikap kehati-hatian mahasiswa dalam membeli laptop tergambar jelas dari hasil akhir penelitian yang menyatakan bahwa variabel garansi lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop mahasiswa dibandingkan variabel diskon.

Hal tersebut membuktikan bahwa pencarian informasi merupakan sesuatu yang penting bagi mahasiswa, setelah mereka melakukan pertimbangan akan segala sesuatu mengenai laptop yang akan dibelinya, apakah yang berkualitas baik dengan harga yang lebih atau kualitas standar dengan kualitas rendah.

Jika dilihat lebih teliti memiliki laptop bukanlah sebuah kebutuhan dasar bagi mahasiswa, karena mereka masih bisa menggunakan jasa pengetikan ataupun *warnet* (warung internet) sebagai alternatif dalam pengerjaan tugas. Laptop sebagai kebutuhan penunjang bagi mahasiswa sangat bermanfaat. Jadi perilaku Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin dalam hal mengkonsumsi laptop sudah sesuai dengan tuntunan Islam.