

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PEDAGANG SEMBAKO DI
PASAR MBONGAWANI KABUPATEN ENDE



Oleh

Elisa Aznul Fauziah

Nim: 180501175

JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM

2022

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA PEDAGANG SEMBAKO DI
PASAR MBONGAWANI KABUPATEN ENDE**

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram

Untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

**Elisa Aznul Fauziah
180501175**

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH (ES)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM (UINMA)
MATARAM**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh: Elisa Aznul Fauziah NIM: 180501175 dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pedagang Sembako di Pasar Mbongawani Kabupaten Ende " telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 31 AGUSTUS 2022

Pembimbing I

Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag.
NIP. 196505141997031003

Pembimbing II

Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
NIP. 197808102006041002

Perpustakaan UIN Mataram

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 31 Agustus 2022

Hal : Ujian Skripsi
Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di Mataram

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama Mahasiswa : Elisa Aznul Fauziah

NIM : 180501175

Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pedagang Sembako di Pasar Mbongawani Kabupaten Ende

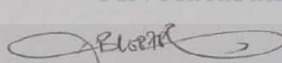
Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag.
NIP. 196505141997031003



Muh. Baihaqi, S.H.J., M. SI
NIP. 197808102006041002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elisa Aznul Fauziah

NIM : 180501175

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pedagang Sembako di Pasar Mbongawani Kabupaten Ende” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika saya terbukti melakukan plagiat tulisan/karya orang lain, siap menerima sanksi yang telah ditentukan oleh lembaga.

Mataram, _____

Saya yang menyatakan,


Elisa Aznul Fauziah

Perpustakaan UIN Mataram

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Elisa Aznul Fauziah, NIM: 180501175 dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pedagang Sembako di Pasar Mbongawani Kabupaten Ende" Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 14 OKTOBER 2022

Dewan Penguji

Drs. Ma'ruf, S. H., M. Ag.
(Ketua Sidang/Pemb. I)



Muh. Baihaqi, S.H.I., M. SI
(Sekretaris Sidang/Pemb.II)



Dewi Sartika Nasution, M.Ec
(Penguji I)



Imronjana Syapriatama, M.SEI
(Penguji II)





Mengetahui
Perpustakaan UIN Mataram
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag
NIP. 197111102002121001

MOTTO

Hiduplah seakan-akan kamu akan mati hari esok dan belajarlal seolah kamu akan hidup selamanya

(Mahatma Gandhi)



Perpustakaan UIN Mataram

HALAMAN PERSEMBAHAN

Aku persembahkan skripsi ini untuk:

1. Allah SWT yang telah memeberikan limpahan rahmat dan kasih sayangNya yang luar biasa.
2. Kupersembahkan Skripsi ini untuk ibuku Asfar Aliyasa dan untuk ayah tercinta Pua Semad yang selalu memeberikan doa-doa terbaik.
3. untuk kakaku Moamar Hanafi, adikku Nanang Munangwar, adikku Prada Fachril Fauzan, adik perempuanku Dian Indah Pratiwi, adik bungsu faruk dan keluarga besarku yang selalu memberikan semangat yang luar biasa.
4. Untuk teman-teman seperjuangan (puput asiyfa, cinta jurais, wardahtul jannah, sulastri yamin, indah dewinda, nurwahida, suci purnama sari, ijah, dan kembar) yang selalu setia menemani dan memberikan dukungan.
5. Untuk dosen-dosen fakultas FEBI, Universitas Islam Negeri Mataram.



Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji hanya bagi Allah, tuhan semesta alam dan shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW., juga kepada keluarga, sahabat, dan semua pengikutnya. Amin.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian proposal ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tinggi dan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut.

1. Bapak Prof. Dr. H. Masnun, M.Ag. selaku Rektor UIN Mataram
2. Bapak Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam;
3. Bapak Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag sebagai Pembimbing I dan Bapak Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI. sebagai Pembimbing II yang memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi yang mendetail, terus-menerus, dan tanpa bosan ditengah kesibukannya dalam suasana keakraban menjadikan Skripsi ini lebih matang dan cepat selesai;
4. Kedua orang tuaku, ibuku tercinta Asfar Aliyasa dan Ayahanda Pua Semad yang selalu memberi semangat dan tak pernah letih dalam menasehati dan mendukung setiap langkah perjuangan.
5. Untuk keluarga besarku yang selalu memberikan support terbaik yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
6. Untuk abang saya Moamar Hanafi, Nanang Munawar adik saya, Prada Fachril Fauzan adik saya, adik perempuan saya Dian Indah Pratiwi, adik bungsu saya faruk dan untuk keluarga besar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. yang selalu memberikan semangat dan mendoakan yang terbaik.
7. Untuk teman-teman seperjuangan (puput asiyfa, cinta jurais, wardahtul jannah, sulastri yamin, indah dewinda, nurwahida, suci purnama sari, ijah, dan kembar) yang selalu setia menemani dan memberikan dukungan.
8. Serda Dandi Saputra yang selalu memberi semangat dan selalu mendukung.
9. Prada Irwan Harun yang selalu memberikan support terbaik.

10. Teman-teman seperjuangan, terkhusus kelas ekonomi E Angkatan 2018, terimakasih telah hadir dan menorehkan kenangan indah selama bersama. Terimakasih telah membantu selama peneliti di sini.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT., dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semesta. Amin.

Mataram, 14 OKTOBER 2022

Penulis,



Elisa Aznul Fauziah
NIM. 180501175



Perpustakaan UIN Mataram

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR MBONGAWANI KABUPATEN ENDE**

OLEH:

ELISA AZNUL FAUZIAH

NIM. 180501175

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh “Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pedagang Sembako di Pasar Mbongawani Kabupaten Ende.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan banyaknya angket yang disebarakan oleh peneliti kepada konsumen sebanyak 96 orang di pasar mbongawani kabupaten ende. Sedangkan metode dari analisis data yang digunakan peneliti menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil dari uji t tersebut yang dimana kualitas pelayanan memiliki t hitung $9.730 > t$ tabel 1.661 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, dikerekan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada pedagang sembako di pasar mbongawani kabupaten ende.

Kata Kunci: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Minat Beli Konsumen

DAFTAR ISI

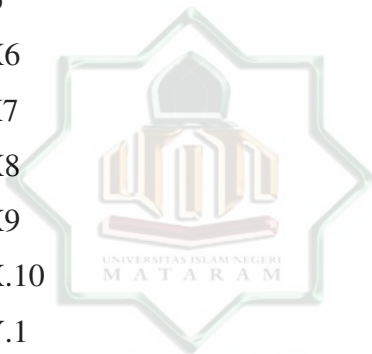
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	3
Tujuan dan Manfaat.....	3
Devenisi Operasional.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA dan HIPOTESISI PENELITIAN	
Kajian Pustaka.....	5
Kerangka Berfikir.....	6
Hipotesis Penelitian.....	7
Penelitian Terdahulu.....	8
BAB III METODE PENELITIAN	
Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	9
Populasi dan Sampel.....	10
Waktu dan Tempat Penelitian.....	11
Variabel Penelitian.....	12
Instrument Penelitian.....	13
Teknik Pengumpulan Data.....	14

Teknik Analisis Data.....	15
BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN	
Gambaran Umum Pasar Mbongawani Kabupaten Ende.....	16
Struktur Pengawas Pasar Mbongawani Kabupaten End	17
Deskripsi Data Responden.....	18
Pembahasan.....	19
BAB V PENUTUP	
Kesimpulan.....	20
Saran.....	21
Daftar Pustaka.....	22
Lampiran.....	23



DAFTAR TABEL

- Tabel 3.1 variabel indikator
- Tabel 3.2 skala likert
- Tabel 4.1 Struktur Pengawasa Pasar Mbongawani Kabupaten Ende
- Tabel 4.2 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
- Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan
- Tabel 4.5 Variabel Pertanyaan X1
- Tabel 4.6 Variabel Pertanyaan X2
- Tabel 4.7 Variabel Pertanyaan X3
- Tabel 4.8 Variabel Pertanyaan X4
- Tabel 4.9 Variabel Pertanyaan X5
- Tabel 4.10 Variabel Pertanyaan X6
- Tabel 4.11 Variabel pertanyaan X7
- Tabel 4.12 Variabel Pertanyaan X8
- Tabel 4.13 Variabel Pertanyaan X9
- Tabel 4.14 Variabel Pernyataan X.10
- Tabel 4.15 Variabel Pernyataan Y.1
- Tabel 4.16 Variabel Pernyataan Y.2
- Tabel 4.17 Variabel Pernyataan Y.3
- Tabel 4.18 Variabel Pernyataan Y.4
- Tabel 4.19 Variabel Pernyataan Y.5
- Tabel 4.20 Variabel Pernyataan Y.6
- Tabel 4.21 Variabel Pernyataan Y.7
- Tabel 4.22 Variabel Pernyataan Y.8
- Tabel 4.23 Uji validitas x
- Tabel 4.24 Uji validitas y
- Tabel 4.25 Uji Reabilitas
- Tabel 4.26 case processing summary
- Tabel 4.27 Uji normalitas



Pustaka UIN Mataram

Tabel 4.28 Uji regresi linier berganda

Tabel 4.29 uji t

Tabel 4.30 Anova

Tabel 4.31 Coefficientsa



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Jawaban Kuesioner dari Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Uji Validitas dan Teknik Analisi Data

Lampiran 4 Dokumentasi

Lampiran 5 Surat Balasan Observasi

Lampiran 6 Kartu Konsul



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian di era globalisasi saat ini adalah salah satu aspek yang sangat penting dan sangat dibutuhkan dalam setiap aspek kehidupan manusia guna memenuhi kebutuhan manusia seperti sandang, pangan, dan papan. Bahkan disetiap kehidupan terdapat beberapa bidang perekonomian seperti bidang perekonomian, perindustrian dan banyak bidang lainnya. Maka dari itu aspek perekonomian seakan menjadi nyawa bagi setiap manusia yang tidak akan dipisahkan satu sama lain, bahkan tingkat perekonomian bisa menjadi tolak ukur tingkat pencapaian setiap manusia. Hal tersebut dapat dilihat dari upaya manusia dalam berlomba-lomba dalam bekerja keras untuk memenuhi kebutuhannya dan mencapai kehidupan yang lebih layak baik dari bentuk produksi, konsumsi, distribusi, maupun hal lainnya.

Salah satu tempat berlangsungnya kegiatan perdagangan dan persaingan usaha adalah pasar. Pasar mendapatkan kedudukan tertinggi dalam memajukan suatu negara dalam sektor dibidang perekonomian. Dalam ruang lingkup perdagangan khususnya di lingkungan pasar.¹

Dengan bertambahnya jumlah penduduk maka secara otomatis akan terjadi peningkatan kebutuhan akan pangan. Kebutuhan pangan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap manusia. Sembako merupakan singkatan dari 9 bahan pokok yang terdiri dari berbagai macam bahan makanan dan minuman yang sangat dibutuhkan banyak oleh masyarakat Indonesia yang merupakan kebutuhan pokok utama sehari-hari yang wajib dijual bebas di pasaran.²

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling bergantung antara satu dengan yang lainnya, tidak terkecuali dalam hal memenuhi kebutuhan ekonominya salah satu sarana untuk dapat memenuhi kebutuhan ekonominya adalah pasar. Pasar dapat diterjemahkan sebagai tempat untuk bertemunya penjual dan pembeli yang mengandung

¹ Hendrik Agus Kurniawan, "Persaingan Usaha Pedagang Sembako Perspektif Etika Bisnis Islam", (Skripsi, Surabaya, 29 Desember 2020), Hal. 1

² Fitri Mulyeni, Jamalludin Dkk, "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Sembako pada Minimarket Juan di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi", (Jurnal Optima, Vol. 2, No. 1) Hal. 62-63

kekuatan permintaan dan penawaran yang saling sepakat dalam menentukan harga suatu barang dagangan. Pasar dapat memfasilitasi para pedagang dan dapat memungkinkan distribusi serta alokasi sumber daya dalam masyarakat.

Perekonomian adalah kebutuhan setiap individu dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Disadari atau tidaknya setiap interaksi antara pedagang sembako terdapat perekonomian dari segi perdagangan, pertanian dan lain sebagainya. Oleh sebab itu manusia tidak akan terpisahkan dengan aktifitas ekonomi. Karena ekonomi adalah roda ekonomi yang akan selalu berputar yang akan mengantarkan manusia kearah perubahan yang lebih sejahtera.³

Persaingan usaha dalam bidang perdagangan barang (*retail*) dikarenakan banyaknya perilaku usaha yang menjalankan bisnis di dalam bidang yang sama. Kondisi tersebut karena adanya pendukung faktor permintaan dan penawaran dalam pasar yang semakin besar dan pedagang bisnis yang sangat menjanjikan. Kebutuhan akan tersedianya barang-barang sembako semakin meningkat seiring dengan jumlah penjualan sembako yang semakin meningkat di masyarakat setiap tahunnya.

Pelayanan merupakan suatu proses pemenuhan kebutuhan yang melalui aktifitas orang lain yang dilakukan secara langsung. Pelayanan juga merupakan kunci keberhasilan dari suatu usaha yang dijalankan setiap individu yang bersifat jasa. Peran pelayanan akan sangat besar dan bersifat menentukan manakalah dalam kegiatan jasa dalam masyarakat terdapat dalam sebuah usaha untuk merebut pasaran atau pelanggan. Pelayanan mempunyai tugas utama yang sangat penting bagi setiap pdagang sembako yang ada dipasar, yang saat ini menjadi sebuah bisnis yang sangat menguntungkan dalam mencari sebuah keuntungan dengan adanya toko sembako yang ada di mana-mana sehingga menimbulkan persaingan antara pedagang sembako untuk memenuhi permintaan konsumen. Dimana para pedagang sembako memberikan pelayanan terbaik untuk melayani konsumen, karena tujuan dari bisnis usaha toko sembako adalah untuk memberikan kesan yang baik untuk para konsumen.⁴

³ Arianti Nisa, "*Etika Pedagang Sembako Menurut Perspektif Ekonomi Islam*", (Skripsi,Bukittinggi, 31 Juli 2018) Hal. 3

⁴ Apriyani,"*Analisi Pelayanan Toko Sembako di Pasar Sekampung Terhadap Perilaku Konsumen Perspektif Etika Bisnis*",(Skripsi,Metro, Desember 2018) Hal. 3

Peningkatan kualitas pelayanan adalah salah satu strategi pemasaran yang ditekankan kepada permintaan pelanggan yang tinggi, jadi semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang akan berakibat tingginya tingkat kepuasan yang akan berdampak juga bagi minat pelanggan.

Minat pelanggan merupakan seberapa besar pihak konsumen membeli suatu barang dagangan atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari barang yang satu kebarang yang lainnya. Kualitas dari pelayanan akan menjadi dasar bagi daya tarik minat seorang konsumen/ pelanggan, hal ini sangat penting untuk diperhatikan dan dikelola dengan baik karena akan berdampak terhadap perilaku pelanggan baik itu jangka pendek atau jangka panjang.⁵

Dalam hal ini pedagang sembako yang berjualan di pasar Mbongawani Kab. Ende harus lebih pintar dalam memahami strategi dalam melayani konsumen agar pihak konsumen mempunyai daya pikat untuk jangka panjang. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pedagang Sembako di Pasar Mbongawani Kabupaten Ende”**

B. Rumusan Dan Batas Masalah

Berdasarkan pembahasan yang diangkat oleh peneliti, yang akan menjadi pokok dari permasalahan ini adalah:

1. Rumusan Masalah

Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pelanggan pada penjual sembako di pasar Mbongawani Kabupaten Ende?

2. Batas Masalah

Agar tidak menjadi pelebaran atau penyimpangan dari pokok masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk pedagang sembako yang berada di pasar Mbongawani Kabupaten Ende.

⁵ Nirma,,*”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pelanggan pada Toko Giant Kota Makasar”*,(Skripsi, Makasar, 7 September 2018) Hal. 3

C. Tujuan dan Manfaat

a. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pelanggan pada penjual sembako di pasar Mbongawani Kabupaten Ende.

b. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti

Bagi peneliti apapun hasil dan informasi yang peneliti dapatkan di tempat penelitian dapat berguna bagi peneliti untuk mengkaji lebih luas lagi tentang kualitas pelayanan dan minat konsumen pedagang sembako di dunia pasar.

2. Bagi pihak lain

Sebagai bahan untuk menambah referensi atau sebagai bahan untuk dijadikan perbandingan dengan peneliti yang lain yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan minat konsumen pedagang sembako di dunia pasar.

D. Devenisi Operasional

Penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian yaitu, kualitas pelayanan X dan minat beli konsumen Y.

- a. Kualitas pelayanan (X)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu kegiatan strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan dan kebutuhan pihak pelanggan atau konsumen.

- b. Minat beli konsumen (Y)

Minat konsumen merupakan kemungkinan besar yang akan terjadi dari pihak konsumen yang ingin berpindah atau mengganti dengan barang dagangan yang lain, sesuai dengan keinginannya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA Dan HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka dan Hipotesis Penelitian

1. Kajian pustaka

kajian pustaka meliputi: pengertian kualitas pelayanan, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, indikator kualitas pelayanan, pengertian minat beli konsumen, indikator minat beli konsumen, pengertian sembako, pengertian pasar, fungsi pasar, peran pasar, sistem pengelolaan pa sar, sistem nilai yang ada pada pasar.

a. Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting yang akan menjadi tolak ukur bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk/jasa. Yang dapat dinilai bawah barang atau jasa tersebut mempunyai nilai guna atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki mutu atau nilai guna seperti apa yang diinginkan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan juga merupakan kesempurnaan pelayanan yang harus dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.⁶

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan diantaranya adalah:

1. *Enduring Service Intensifiers*, faktor ini adalah faktor yang bersifat stabil yang dapat mendorong pelanggan untuk meningkatkan keinginannya terhadap produk/jasa

⁶ Riyadin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur", (Jurnal Simplex, Vol. 2, No. 1, April 2019), Hal. 42-43

2. *Personal Need*, faktor ini mengharapkan konsumen dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi yang biasanya tergantung pada keinginan pribadi.
3. *Transitory Service Intensifiers*, faktor perotangan yang bersifat sementara yang dapat meningkatkan keinginan konsumen pada produk/jasa
4. *Perceived Service Alternatives*, faktor ini harapan pelanggan terhadap tingkat atau derajat pelayanana perusahaan lain yang sama.
5. *Explicit Service Promises*, adalah faktor pernyataan seseorang secara personal ataupun nonpersonal oleh penjual kepada konsumen tentang produk/jasa.

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Ada beberapa indikator kualitas pelayanan yang dapat diukur untuk kualitas pelayanan dari penjual barang/jasa.

1. *Reliability*, (kinerja yang bisa diandalkan dan akurat), yakin bisa dan mampu melakukan pelayanan dengan baik dan akurat.
2. *Responsiveness*, (daya tanggap yang cepat dan kegunaan), keinginan yang dapat membantu dan memberikan pelayanan yang secepat mungkin kepada pelanggan.
3. *Assurance*, (jaminan, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan), dengan mengetahui sifat yang dapat dipercaya dimiliki oleh para karyawan.
4. *Empathy*, (akses mudah, komunikasi yang baik dan pemahaman yang baik), perhatian dari pihak pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

5. *Tangibles*, (penampilan bukti fisik dari pelayanan), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personalia, dan baha-bahan tertulis.⁷

d. Pengertian minat konsumen

Minat merupakan keinginan seseorang untuk melakukan suatu kegiatan yang dapat memberikan keuntungan atau manfaat untuk orang tersebut. Menurut Poerwadarninto menjelaskan bahwa, sebagaimana dikutip oleh Susetyarsi, pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan pengenalan produk dan evaluasi alternative adalah hal yang dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Minat beli konsumen sangat berpengaruh sekali atau wajib diketahui oleh pelaku usaha, mengunat hal ini secara tidak langsung adalah sebuah terkaan atau dugaan sementara untuk sebuah usaha dan akan menentukan keberlangsungan sebuah usaha atau bisnis tersebut. Minat beli konsumen juga ditentukan oleh beberapa parsen tingkat kualitas pelayanan dari sebuah usaha. Jika kualitas pelayanan baik, maka minat beli konsumennya juga akan sangat baik.

e. Indikator minat beli konsumen

Indikator minat beli konsumen menurut Tjiptono dapat dikutip oleh Aptaguna dan Pitaloka, minat beli dapat didefenisikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:⁸

- a. Minat transaksional, adalah kecenderungan seseorang untuk membeli sebuah produk/jasa
- b. Minat refrensial, adalah kecenderungan seseorang untuk mempromosikan produk/jasa kepada orang lain

⁷ Sirma Piscis E. Rinida, "Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan, dan Physical Evidence Terhadap Minat Beli pada Produk Pembiayaan Modal Usaha di Perbankan Syariah", (Skripsi, Bengkulu, 7 Juni 2020), Hal. 42-43

⁸ Aptaguna dan Pitaloka, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa GO-JEK", (Widyakala, Vol. 3, Maret 2016,), Hal. 52

- c. Minat prefrensial, adalah minat yang menggambarkan sikap seseorang yang preferensi utama pada produk/jasa tersebut. Preferensi tersebut hanya dapat diganti dengan jika terjadi sesuatu dengan produk/jasa preferensinya.
 - d. Minat eksploratif, adalah minat yang menggambarkan sikap seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk/jasa yang diinginkannya dan mencari informasi pendukung sifat-sifat positif dari sebuah produk/jasa tersebut.⁹
- f. Pengertian sembako

Menurut Chezy WM Varmila sembako merupakan singkatan dari 9 bahan pokok yang berasal dari beberapa bahan makan dan minuman yang selalau dibutuhkan oleh masyarakat pada umumnya. Tanpa adanya bahan dasar, pangan adalah kebutuhan yang dipakai sehari-hari yang dapat menggu kehidupan masyrakat umum yang gratis untuk dijual di pasar.

Daftar pangan pokok yang sesuai dengan surat keputusan dari mentri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 2021 adalah sebagai berikut:

1. Beras dan jagung
2. Kacang dan bawang merah
3. Daging dan tepung terigu
4. Garam dan mie instan
5. Telur dan ketela pohon
6. Cabe dan minyak goreng
7. Susu dan gula
8. Ikan dan kedelai

Dilihat dari sudut pandangan ekonomi, artinya perubahan bahan sembako tidak mempengaruhi tingkat perubahan konsumen terhadap produk kecuali hal-hal tersebut sangat penting. Apabila terjadi kenaikan

⁹ Etta Mamang S, Sopiah, “*Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis*, (Yogayakarta, C.V Andi Offset, 2013), Hal. 332

bahan pokok tersebut secara drastis maka beberapa masyarakat akan berpindah dan mencari jalan yang lain ke bahan produk yang bisa dijadikan pengganti bahan pokok tersebut.¹⁰

g. Pengertian pasar

Pengertian pasar menurut Sa'ad Marthon bahwa pasar adalah sebuah sarana yang dapat mempertemukan antara penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan menjual dan membeli barang atau produk yang akan diperjualkan dengan penentuan harga yang sudah disepakaiti kedua bela pihak.

Sedangkan syarat utama pembentukan pasar adalah adanya pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan berbisnis baik disatu tempat maupun diberbeda tempat. Pasar disebut juga dengan lading bisnis yang dapat memenuhi kebutuhan perekonomian masyarakat dan menjamin kesejahteraan untuk masyarakat.¹¹

h. Fungsi pasar

Pasar mempunyai fungsi utama yaitu:

1. Pasar menetapkan nilai (*sets value*) didalam ekonomi pasar harga juga bisa disebut dengan ukuran nilai. Fungsi ini juga sebagai pemecah masalah penentuan apa yang harus diproduksi oleh suatu perekonomian.
2. Pasar sebagai mengorganisasikan produksi. Dengan diadakan faktor-faktor produksi disuatu pasar maka akan mendorong suatu produsen (*entrepreneur*) dapat memilih metode produksi efesien.
3. Mendistribusikan barang dagangan. Kesanggupan seseorang untuk membeli suatu barang tergantung dari besar pendapatanya.

¹⁰ Chezy WM Varmila, "Impelementasi Jual Beli Sembako Terhadap Penimbangan Dalam Prespektif Islam di Pasar Tradisional Banyorong di Kabupaten Sulawesi Selatan," (Sksripsi, Makasar 23 Januari 2021), Hal. 19-20

¹¹ Marthon Sa'id, " Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan", (Cakra Wisata, Vol. 18, Julid 2 Tahun 2017), Hal. 2

4. Pasar berfungsi sebagai penyelenggaran penjatahan (*rationing*) penjatahan tersebut merupakan bagian inti dari suatu barang.
5. Pasar berfungsi sebagai tempat untuk menyediakan dan mempertahankan barang dan dagangan yang akan datang.¹²

i. Peran pasar

Dalam suatu daerah pasar moderen maupun pasar tradisional memiliki peran yang sama yaitu, sama-sama bertujuan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi setiap individu dengan cara melakukan kegiatan bisnis (jual beli).

j. Sistem pengelolaan pasar

Berdasarkan keputusan Menteri Dalam Negeri RI, pasal 74 ayat 7, pasal 83 ayat 1, dan pasal 106 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang penyelenggaran bidang perdagangan, perlu menetapkan peraturan Menteri Perdagang tentang pedoman pembengunana dan pengelolaan sarana perdagang. pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pengendalian dan pengelolaan pasar tradisional, sedangkan pihak yang menglola pasar sangat berkaitan dengan manajemen pengelolaan pasar yang melibatkan banyak pihak. Sedangkan pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan pasar adalah, Dinas Pasar (Pengelolaan Pasar), Dinas Perparkiran, Dinas Perhubungan (Dishub), Dinas Pekerjaan Umum (Khususnya Bina Marga), Dinas Kebersihan dan Polisi Lulintas.

k. Sistem nilai yang ada pada pasar

Ada 4 sistem nilai pada pasar yaitu:

a. Sistem nilai sosial yang ada pada pasar

Faktor nilai ekonomi dan perilaku pergerakan berperan dalam membentuk pola pergerakan dalam suatu kota atau daerah. Dalam perkembangan sekarang ini nilai sosial ekonomi tidak lagi ada dalam

¹² Sudarman Ari, " *Pengertian Dasar Fungsi Pasar dan Harga,*" (Modul 1 Teori Ekonomi Mikro, Vol. 1, No. 2), Hal. 20-21

perkembangan pasar moderen sebagai tempat pusat pembelanjaan yang berkembang akibat pertumbuhan ekonomi bebas.

b. Sistem nilai budaya yang ada pada pasar

Pengertian budaya sendiri yang dikemukakan oleh Herper bahwa budaya mengacu pada pola kreaktivitas manusia dan struktur simbolik yang memberikan arti dan pentingnya kegiatan. Sedangankan menurut Raymonds mengemukakan budaya adakah cara hidup bagi seluruh lapisan masyarakat atau umum.

c. Sistem nilai ekonomi yang ada pada pasar

Sistem ekonomi kapitalis merupakan Sistem ekonomi bersaing. Hal tersebut sangat dibuthkan karena jumbalah persaingan yang ada pada pasar yang terbilang cukup, sangat diperlukan juka seluruh proses produksi dan distribusi diatur oleh kekuatan pasar.

d. Sistem nilai tempat yang ada pada pasar

Dalam Central Place Theory sudah dijelaskan tentang special sistem distribusi. Pola tersebut sudah dipahami sebagai tempat pusat daerah pasar. Tempat pusat mempunyai fungsi yang paling utama adalah memasukan barang dan jasa.¹³

B. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu gambaran yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada pedagang sembako di pasar Mbongawani Kabupaten Ende.



¹³ Aliyah Istijabatul,"Pemahaman Konsep Tual Pasar Tradisional di Perkotaan", (Cakra Wisata, Vol. 18, Jilid 2, Tahun 2017), Hal. 3-14

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu pernyataan sementara atau dugaan sementara tentang hal apa saja yang sedang kita amati dalam suatu usaha untuk memahaminya. Hipotesis juga merupakan jawaban sementara dari suatu permasalahan yang akan kita kaji pada saat ini. hipotesis penelitian yaitu terdiri dari H_a dan H_o .

H_a : kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di pasar Mbongawani Kabupaten Ende

H_o : kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di pasar Mbongawani Kabupaten Ende

D. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pengamatan penulis penelitian yang dianggap berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Erma Setiawati dan Sri Murwanti yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Pembentukan Itensi Pembelian Konsumen.

Hasil dari penelitian tersebut membahas tentang pengembalian keputusan pelanggan dengan mengamati kaulitas pelayanana dan kepuasan para pelanggan dalam melihat pengaruh itensi pembelian konsumen. Pasar swalayan juga harus memahami bahwa kualitas pelayanan adalah evuluasi purna beli terhadap jasa yang diterima. Persamaan dari pnelitian ini adalah. Sama-sama membahas tentang pelayanana dan kepuasan pelanggan dan membahas tentang kepuasan konsumen.

Perbedaan dari kedua penelitain ini adalah. Penelitian terdahulu lebih membahas tentang pengaruh kualitas pelayayan dan kepuasan pelanggan dalam pembentukan interaksi pembelian konsumen. Sedangkan yang ingin peneliti teliti adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada pedagang sembako di pasar mbongawani kabupaten ende.¹⁴

¹⁴ Setiawan Erma & Murwanti Sri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Pembentukan Itensi Pembelian Konsumen", (Jurnal Benefit, Vol. 10, No. 1, Juni 2006), Hal. 90

2. Penelitian yang dilakukan oleh Arfiani Bahar dan Hermen Sjahrudin yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang.

Hasil penelitian ini membahas tentang kualitas produk memberikan pengaruh yang ril terhadap kepuasan konsumen diantaranya rasa makanan yang enak dan terjamin bersih. Dengan adanya informasi tentang pelayanan yang cukup baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen meberikan efek yang nyata terhadap kepuasan pembeli hal ini disebabkan kepuasan pelayanan terdapat pengaruh yang sangat besar terhadap pihak konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk/jasa. Kualitas pelayanana sendiri tidak hanya pada pdoduk/jasa saja, kualitas pelayayan juga dilihat dari karyawan yang bersih, rapi, dan berpenampilan menarik sehingga konsumen merasa senang dan nyaman.

Persamaan dari kedua penelitian tersebut adalah sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan dan minat beli konsumen. Sedangkan Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah. Penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang. Sedangkan yang ingin peneliti teliti adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada pedagang sembako di pasar mbongawani kabupaten ende.¹⁵

3. Penelitain yang dilakukan oleh Faris Ardiansyah, Bambang Mursito dan Siti Maryam yang berjudul Analisis Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Hasil dari penelitian ini membahas tentang kualitas dari produk suatu barang dapat diversifikasi dengan kualitas pelayanan yang dapat berpengaruh secara simultan dan sigfinikasi terhadap loyalitas pelanggan di pasar Gedhe Solo yang dinilai kulitas pelayanan yang bersifat negatif terhadap loyalitas pelanggan pasar Gedhe Solo.

¹⁵ Bahar Arfian & Sjahrudin, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang", (Jurnal Organisasi dan Manajemen, Vol. 3, No. 2, September 2015) Hal. 29

Persamaan dari kedua penelitian ini adalah. Sama-sama membahas tentang kualitas dari pelayanan terhadap konsumen atau pelanggan. Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah. Penelitian terdahulu lebih membahas tentang analisis kualitas produk, diversifikasi produk, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di pasar Gedhe Solo. Sedangkan yang ini peneliti teliti adalah. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada pedagang sembako di pasar mbongawani kabupaten ende.¹⁶

4. Penelitian yang dilakukan oleh Halimatus Sadiyah yang berjudul tentang Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Penentu Minat Beli Konsumen.

Hasil dari penelitian ini membahas tentang. Harga lokasi dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh kepada minat beli konsumen. Jika harga lokasi dan kualitas pelayanannya baik maka akan meningkatkan tingkat penjualan, secara garis besar lokasi, harga dan pelayanan yang berpengaruh positif terhadap konsumen akan membuat konsumen merasa nyaman dan akan terus berbelanja ditempat yang sama.

Persamaan dari kedua penelitian ini adalah. Sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan dan minat beli konsumen di pasar. Perbedaan dari kedua penelitian ini adalah. Penelitian terdahulu lebih membahas tentang harga, lokasi dan kualitas pelayanan penentu minat beli konsumen. Sedangkan yang ingin peneliti teliti adalah. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada pedagang sembako di pasar mbongawani kabupaten ende.¹⁷

5. Penelitian yang dilakukan oleh Sehani yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Warung Buk'de di Gomong Mataram.

Hasil dari penelitian ini adalah. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh pelayanan baik maka minat beli konsumen akan tinggi. Pelayanan adalah suatu hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah

¹⁶ Ardiansyah Faris, Mursito Bambang Dkk, "Analisi Kualitas Produk, Diversifikasi Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasar Gedhe Solo," (Jurnal Edunomika, Vol. 3, No. 2, Agustus 2019), Hal. 9

¹⁷ Sadiyah Halimatus, " Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Penentu Minat Beli Konsumen", (Jurnal IMKA Implementasi Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 1, No. 2, Oktober 2021), Hal. 8

usaha. Jika kualitas yang diberikan oleh suatu lembaga usaha kepada konsumen baik maka akan memberikan dampak yang baik bagi bagi pengusaha itu sendiri, yaitu dengan semakin meningkatnya minat beli konsumen.

Persamaan dari kedua penelitian ini adalah. Sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan dan minat beli konsumen. Perbedaan kedua penelitian ini adalah. Penelitian terdahulu membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada rumah makan bu'de di gomong mataram. Sedangkan yang ingin peneliti teliti adalah. Pengeruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada pedagang sembako di pasar mbongawani kabupaten ende.¹⁸



¹⁸ Sehani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Warung Buk'de di Gomong Mataram", (Sksripsi, UIN Mataram, Mataram, 23 Juli 20220), Hal. 63

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang dapat menganalisis dalam bentuk data-data yang berupa angka. Data yang akan peneliti gunakan adalah data primer yaitu, data-data yang diperoleh dari sumber data yang pertama dan data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau bisa juga diperoleh langsung dari tempat penelitian.¹⁹

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Merupakan wilayah generalisasi yang terdapat subyek/obyek yang mempunyai kualitas untuk bisa diteliti dan bisa ditarik kesimpulannya. Populasi juga merupakan bagian keseluruhan obyek atau benda-benda alam yang bisa digunakan untuk diteliti.

2. Sampel

Sampel dalam sebuah penelitian dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data-data penelitian yang digunakan dan untuk mengetahui data tersebut ril atau tidak. Sampel juga merupakan perwakilan dari populasi yang sangat teliti dan sampel juga merupakan bagian dari jumlah populasi yang mempunyai karakter untuk diteliti.

Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah pedagang sembako di pasar mbongawani, karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Karena pedagang yang ada di pasar mbongawani bukan hanya masyarakat yang ada disekitar wilayah itu saja. Untuk itu jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Rao Purba sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

¹⁹ Akmal Raihanul, Musa Armiadi Dkk, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh", (Jurnal Of Sharia Economis, Vol. 1, No. 1, Tahun 2020), Hal. 4

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

Z : Tingkat Kepercayaan 95% = (1,96)

Moe : Perkiraan Tingkat Kesalahan 10% = (0,1)

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas sampel yang akan diambil dari populasi tersebut minimal sebanyak 96,04 orang ayang akan dibulatkan menjadi 96 orang. Dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 96 orang konsumen yang akan menjadi responden. Teknik ini bisa digunakan karna adanya keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak mengambil samper yang besar. Responden dalam penelitin ini menggunakan cara memberikan secara langsung kuesioner cetak kepada responden sesuai dengan kriteria masing-masing responden.

Teknik yang bisa digunakan dalam penelitian ini adalah *judgment sampling*, yang merupakan metode pengumpulan data atas dasar pertimbangan pribadi. Jika responden tersebut sesuai dengan kriteriastik populasi yang diinginkan, siapapun responden yang bersangkutan, dimana dan kapan saja ditemui dapat dijadikan sebagai elemen sampel penelitian.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang peneliti gunakan untuk melakukan kegiatan observasi awal di Pasar Mbongawani Kabupaten Ende, bulan januari tanggal 26 tahun 2022. Tempat penelitian di Pasar Mbongawani Kabupaten ende.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan petunjuk bagi peneliti untuk mengukur suatu variabel. Yang terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variabel bebas (x)

Variabel bebas (x) yang akan menjadi sebab akibat dari perubahan atau timbulnya variabel terikat (y), variabel bebas dalam penelitian ini ada satu yaitu, kualitas pelayanan (X).

b. Variabel terikat (y)

Variabel terikat (y) merupakan variabel yang akan dipengaruhi atau yang akan menjadi sebab akibat, karena adanya variabel (x) atau variabel bebas. Yang akan menjadi variabel terikat dalam hal ini adalah minat beli konsumen.

E. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat yang bisa digunakan oleh peneliti untuk mengukur mengenai fenomena alam atau alat yang bisa digunakan sebagai alat untuk diteliti agar lebih mudah dan cepat dalam penelitian ini peneliti menggunakan angket yang bersifat tertutup.²⁰

Instrument penelitian ini merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel independen yaitu, kualitas pelayanan (X), dan variabel ndependen yaitu, minat beli konsumen (Y)

Perpustakaan UIN Mataram

Tabel 3. 1
Variabel Indikator

Variabel	Indikator	Skala
X (kualitas pelayanan)	<ul style="list-style-type: none">• Reliability• Responsiveness• Assursnce• Empathy• Tangibles	Menggunakan skala likert
	<ul style="list-style-type: none">• Minat transaksional	

²⁰ Suci Widiya, "Pengaruh Media Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar Al-Islam di SMA Muhammadiyah 1 Gisting Kab. Tanggamus Tahun Pelajaran 2019/2020", (Skripsi, Metro, November, Tahun 2020), Hal. 56

Y (Minat beli konsumen)	<ul style="list-style-type: none"> • Minat refrensial • Minat prefrensial • Minat eksploratif 	Menggunakan skala likert
-------------------------------	--	-----------------------------

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengela suatu obyek dari apa yang ingin kita teliti, observasi bisa dilakukan dengan dua cara yaitu: observasi yang dilakukan secara langsung dan observasi dilakukan secara tidak langsung. Yang dimaksud dengan observasi langsung adalah kegiatan yang dilakukan peneliti untuk menganti suatu obyek yang dilakukan secara langsung seperti pertunjukan wayang, hajatan, ataupun rangkaian kegiatan penting lainnya. Beberapa aspek juga bisa dijadikan suatu obyek untuk diteliti misalnya, aspek ekonomi, aspek hiburan, aspek memperkuat status dan aspek lainnya. Pada saat melakukan kegiatan wawancara langsung juga bisa dilakukan dengan merekam atau mencatat hasil wawancara yang bisa disimpan untuk dijadikan arsip agar tidak muda hilang.

Observasi tidak langsung bisa dilakukan dengan cara merekan pada saat peneliti melakukan wawancara atau hasil penelitian yang sudah berlalu atau lama yang sudah tersimpan sebagai koleksi atau yang berupa buku maupun nonbuku.

b. Dokumentasi

Dokumetasi merupakan kegiatan penelitian yang harus dijadikan gambar yang berupa foto atau bukti bahwa peneliti telah melakukan kegiatan penelitian. Dan dokumentasi sangat penting, data yang akan peneliti peroleh dari hasil dokumentasi dapat menampilkan kembali data-data yang belum kita peroleh.

Sebagain besar data audio visual berupa foto yang sudah kita dokumentasi data kita kelolah agar bermanfaat bagi peneliti selanjutnya. Dan dokumentasi juga bagi peneliti mengecek kebenaran data agar lebih memudahkan untuk dideskripsi.²¹

²¹ Subandi, "Deskripsi Kualitatif Sebagai Suatu Metode dalam Penelitian Pertunjukan", (Harmonia, Vol. 11, No. 2, Desember 2011), Hal. 176-177

c. Kuesioner (Angket)

Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data-data yang kuantitatif yang terdiri dari dua variabel yaitu, variabel bebas dan variabel terikat. Untuk likert teknik yang digunakan dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden. Sifat dari pertanyaan ini bersifat tertutup, yang artinya responden hanya memilih jawab dari pertanyaan yang sudah tersedia dan hanya bisa memilih satu jawaban saja.²²

Tabel 3.2
Skala Likert

Sangat setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
5	4	3	2	1

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah teknik yang digunakan untuk menganalisa hasil data dengan menguji rumusan masalah. Dalam menganalisis peneliti harus mencocokkan mana metode yang tepat untuk menganalisis data dengan hasil penelitian yang peneliti temukan di lokasi penelitian. Baik data yang digunakan bersifat kualitatif ataupun data bersifat kuantitatif. Ada beberapa data yang digunakan untuk menganalisis hasil data peneliti adalah sebagai berikut:

1. Uji Keabsahan Data
 - a. Uji Validitas

Adalah uji untuk melihat apakah instrument memiliki validates yang tinggi atau tidak, maka dari itu harus ada uji validitas. Validate adalah sebuah alat ukur andalan yang dapat digunakan untuk mengukur kevalidtan suatu data. Instrumen yang sudah ditentukana akan diuji coba kepada sampel dan populasi. Pengajuan uji validitas

²² Kaolang Wido Gerry, Kalangi J.A.F Dkk, "Pengaruh Hubungan Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Finansia Mulri Finance/ Kredit Plus Manado", (Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 1, No. 5 Tahun 2016). Hal. 2

dapat digunakan dengan mengkorelasikan antara skor item instrument.²³

Dalam kegiatan penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menguji signifikansi koefisien pada taraf signifikansi 0,05 (5%). Yang artinya adalah instrument yang dikatakan valid apabila $R_{hitung} \geq R_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5%.

Rumus dari *korelasi product moment* dari *karl pearson* untuk menguji variabel kualitas pelayanan, minat beli konsumen dan pedagang sembako adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

n = Jumlah sampel

$\sum x$ = Jumlah skor x

$\sum y$ = Jumlah skor y

xy = Skor rata-rata dari x dan y.

b. Realibilitas

Realibilitas merupakan istilah yang sudah sering digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten. Pengujian reliabilitas yakni jika koefisien Cronbach's Alpha $\geq 0,600$ maka kuesioner dinyatakan reliabel.²⁴

Pada penelitian ini pengujian yang menggunakan realibilitas yang akan menggunakan rumus *Alfah* dari *Cronbach*, yaitu sebagai berikut:

²³ Asep Saipul Hamdi, "Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan", (Yogyakarta: Depublish, Tahun 2014), Hal. 73

²⁴ Nelwon Gebriela Diandra, Areros Agustinus Wiliam Dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Tbk Cabang Manado", (Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 2, No. 3, Tahun 2016), Hal. 6

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right) \text{Dimana Rumus } \sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan;

r = realibilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = jumlah butir pertanyaan

σ = variabel total

Pada pengujian ini, dikatakan reliabel atau handal apabila harga $R_{hitung} > R_{tabel}$, dan dikatakan tidak reliabel atau handal apabila $R_{hitung} < R_{tabel}$.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas atau uji distribusi normal merupakan uji yang digunakan untuk mengukur data yang kita gunakan mempunyai distribusi normal sehingga data tersebut bisa kita gunakan dalam statistic prametik.²⁵

Uji normalitas juga dilakukan untuk dapat menentukan data yang telah peneliti kumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Untuk dapat mengujinya dapat peneliti gunakan *Kolmogorov-semirnov*, untuk dapat menentukan normalitas dan tidaknya digunakan pedoman sebagai berikut:

²⁵ Mudrajad Kuncoro, "Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi", (Yogyakarta: AMP YKPN, ED 1, Tahun 2001), Hal. 112

1. Signifikan uji (α) = 0,05
2. Jika $\text{sig} > \alpha$, maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
3. Jika $\text{sig} < \alpha$, maka sampel tidak/ bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.²⁶

3. Analisis regresi linier

Analisis regresi linier adalah analisis yang dapat berguna untuk mengukur variabel bebas terhadap variabel terikat misalnya. Pengukuran tersebut dapat mempengaruhi satu variabel bebas yaitu (x) dan variabel terikat (y).²⁷

Bentuk umum dari persamaan regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

b = koefisien regresi untuk variabel x

a = nilai konstan.²⁸

4. Uji hipotesis

a. Uji T

Uji t dijadikan bahan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara peresial dapat berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Adapun cara pengujiannya sebagai berikut:²⁹

- a. Jika sig nilai $t < 0,05$ maka pengaruh sig antara variabel dependen terhadap variabel independen artinya H_0 ditolak dan H_a diterima

²⁶ Mika Agus Widiyanto, "Statistik Terapan dan Aplikasi SPSS, Hal. 178

²⁷ Sirma Piscies E. Rinida, Skripsi, "Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan, dan Physical Evidence Terhadap Minat Beli pada Produk Pembiayaan Modal Usaha di Perbankan Syariah", (Bengkulu, Juli 2020), Hal. 58-59

²⁸ Yuliara Made I, "Regresi Linier Berganda", (Modul, Maret 2016), Hal. 5

²⁹ Dewi Priyatno, "Analisis Korelasi, Regresidan Multivariate Dengan SPSS", Hal. 50

- b. Jika sig nilai $t > 0,05$ maka tidak ada pengaruh yang sig antara variabel dependen terhadap variabel independen artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.
- c. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 dapat diterima dan H_a ditolak, yang berarti masing-masing dari variabel independen tidak ada pengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Uji f dapat digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Uji f bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance = anova*) jika nilai f statistic tinggi maka akan menolak hipotesis nol (H_0) sedangkan rendahnya nilai f menerima hipotesis nol (H_0) karena variabel indepen hanya berjumlah sedikit untuk menjelaskan variabeln variabel dependen disekitaran rata-ratanya.

F – test dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara bersamaan atau secara simultan. Rumus hipotesis adalah sebagai berikut:

H_0 : tidak ada pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y

H_a : adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Pengambilan keputusannya:

Jika nilai sig. $> 0,05$, maka H_0 diterima, H_a ditolak

Jika nilai sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

5. Koefesien Determinasi (R^2)

Analisis koefesien determinasi dapata digunakan untuk mengetahui beberapa besar presentase pengaruh variabel independen secar bersamaan terhadap variabel dependen. Nilai dari koefesien determinasi adalah dimulai dari nol (0) sampe dengan angka 1. Nilai dari koefesien determinasi (R^2) dengan paling kecil itu adalah dengan kemampuan dari variabel-variabel independen sangat terbas jika nilai dari (R^2) mendekati angka 1, yang berarti variabel-variabel independen hamper memberikan

semua informasi yang dibutuhkan dengan memprediksi varian variabel independen.

Adjusted R Square yang merupakan R Square yang sudah disesuaikan nilai dari Adjusted R Square juga memperlihatkan pengaruh terhadap variabel-variabel independen. Adjusted R Square biasanya juga mengukur keseimbangan pengaruh jika ada dalam regresi yang menggunakan lebih dari 2 variabel independen.³⁰



³⁰ Mudrajad Kuncoro, "Metode Kualitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi", (Yogyakarta: APM YKPN, Ed 1, Tahun 2001), Hal.113

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Mbongawani Kabupaten Ende

1. Tata Letak Pasar Mbongawani Kabupaten Ende

Pasar Mbongawani Kabupaten Ende berlokasi di kelurahan Mbongawani Kecamatan Ende Selatan Kabupaten Ende, pasar Mbongawani di bangun pada tahun 1976-1977 dengan luas lahan sekitar 2.840 M², kemudian di revitalisasi/ pembangunan ulang pada tahun 2019 dan siresmikan pada tanggal 10 bulan januari tahun 2020. Pasar Mbongawani Kabupaten Ende termasuk pasar terbesar yang ada di Kabupaten Ende. Banyak keanekaragaman makanan pokok dan bahan-bahan untuk kebutuhan masyarakat yang dijual di pasar Mbongawani, mulai dari sayur-sayuran, daging, ikan, beras, aksesoris/ perhiasan, pakaian dan masih banyak lagi. Pasar Mbongawani memiliki jumlah bangunan sebanyak 114 kios dan 8 los (pedagang tanpa kios), jumlah pedagang yang ada di pasar mbongawani sebanyak 750 orang pedagang yaitu, sebanyak 90% pedagang muslim dan 10% pedagang nonmuslim. Pedagang yang menjual sembako sebanyak 75% dan 25% menjual beragam macam jualan (menjual pakaian, aksesoris dan lain-lain). Adapun sumber dana pembangunan pasar mbongawani kabupaten ende yang berasal dari Dana Alokasi Umum, mengenai status kepemilikan pasar mbongawani kabupaten ende adalah milik PEMDA Kabupaten Ende, pada tahun 1977-2019 pasar mbongawani kabupaten ende dibawah pengawasan UPT (Unit Pelaksanan Teknis) dan dari tahun 2020 hingga sekarang pasar mbongawani kabupaten ende dibawah pengawasan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Ende (DPP).³¹

Adapun persepakatan kontrak yang dijalankan kedua pihak. Antara lain pihak pedagang sembako dan pihak PERDA kabupaten ende yang dimana didalam kontrak tersebut terdapat persyaratan yang harus ditaati oleh pihak kedua yaitu, disetiap harinya pihak pertama akan meminta uang iuran kepada pihak kedua yakni pedagang sembako sebesar Rp. 2.000.00/hari sesuai dengan luas kios atau tokoh yang ditempati

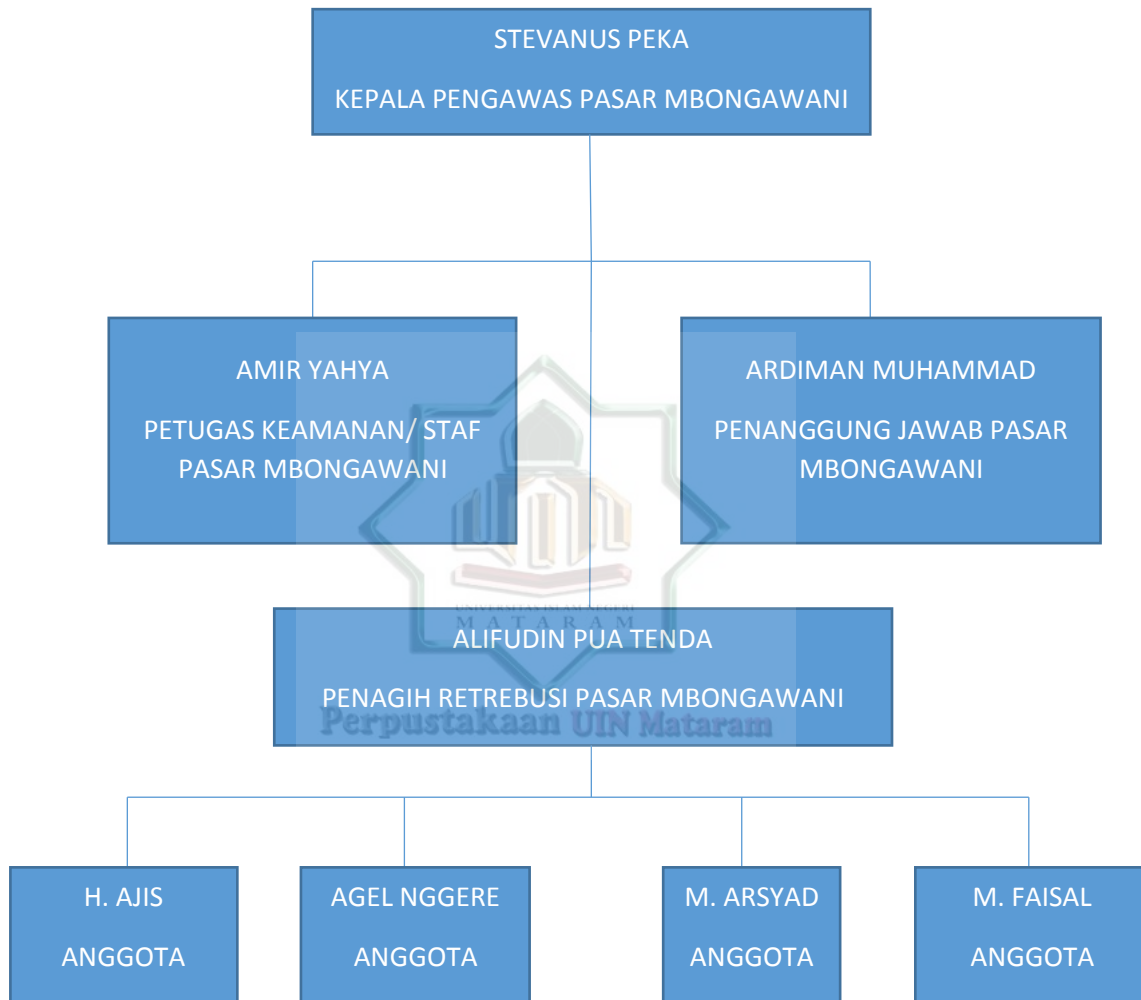
³¹ Data diperoleh dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Ende

pedagang. Pasar mbongawani kabupaten ende dibuka setiap hari mulai dari jam 06:00 pagi – 17:00 sore.³²

B. Struktur Pengawas Pasar Mbongawani Kabupaten Ende

Tabel 4.1

Struktur Pengawas Pasar Mbongawani Kabupaten Ende



³²Faisal Mohammad, *Wawancara*, Pasar Mbongawani Kabupaten Ende, Tanggal 09 Mei 2022

C. Deskripsi Data Responden

Sebelum melakukan analisis, terlebih dahulu peneliti menjelaskan mengenai data-data responden yang dapat digunakan sebagai populasi yang diambil dari jumlah sampel pedagang sembako di pasar Mbongawani Kabupaten Ende.

1. Jenis kelamin responden

Karakteristik jenis kelamin responden dari konsumen yang membeli sembako di pasar bongawani kabupaten ende sebagai berikut:

Tabel 4.2

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	28	29.2	29.2	29.2
	Perempuan	68	70.8	70.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan pada tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa responden laki-laki memiliki jumlah sebanyak 28 orang atau 29.2% sedangkan responden perempuan memiliki jumlah sebanyak 68 orang atau 70.8%.

2. Usia responden

Karakteristik usia responden dari konsumen yang membeli sembako di pasar mbongawani kabupaten ende sebagai berikut:

Tabel 4.3

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20 tahun	7	7.3	7.3	7.3
	21-30 tahun	35	36.5	36.5	43.8
	31-40 tahun	30	31.3	31.3	75.0
	41-50 tahun	24	25.0	25.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan bahwa usia dari responden konsumen di pasar mbongawani kabupaten ende. 15-20 tahun sebanyak 7 orang 7.3%, usia 21-30 tahun sebanyak 35 orang 36.5%, 31-40 tahun sebanyak 30 orang 31.3%, 41-50 tahun sebanyak 24 orang 25%.

3. Tingkat pendidikan responden

Karakteristik Tingkat pendidikan responden dari konsumen yang membeli sembako di pasar mbongawani kabupaten ende adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	19	19.8	19.8	19.8
	SMP	15	15.6	15.6	35.4
	SMA	17	17.7	17.7	53.1
	KULIAH	17	17.7	17.7	70.8
	Pegawai/Wiraswasta	28	29.2	29.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan konsumen di pasar mbongawani kabupaten ende adalah sebagai berikut: Sd/ sederajat sebanyak 19 orang atau 19.8%. SMP/ Sekolah Menengah Pertama sebanyak 15 orang atau 15.6%, SMA/ Sekolah Menengah Atas sebanyak 17 orang atau 17.7%, SI/ Sarjanah sebanyak 17 orang atau 17.7% dan Pegawai/ Wiraswasta sebanyak 28 orang atau 29.2%.

D. Deskripsi Variabel

Bagian ini akan mendiskripsikan setiap variabel yang diperpleh dari hasil penelitian berupa pengisian angket hasil jawaban responden di pasar mbongawani kabupaten ende sebanyak 96 orang yang akan diambil sebagai sampel. Variabel-variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen (bebas), variabel dependen (terikat), variebal independen berupa kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependen berupa minat beli konsumen.

Pada angket kuesioner didalamnya terdapat pertanyaan yang menggambarkan mengenai tanggapan atau sikap mereka terhadap item-item pertanyaan pada setiap variabel. Pertanyaan tersebut berupa jawaban-jawaban dengan kategori sangat setuju (ss), setuju (s), ragu-ragu (n), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Hasil kuesioner ini merupakan penilaian dari responden berdasarkan apa yang mereka rasakan atau mereka alami selama menjadi pedagang dan konsumen pasar mbongawani kabupaten ende.

1. Variabel x kualitas pelayanan dan variabel y minat beli konsumen

Variabel kualitas pelayanan memperoleh hasil jawaban dari kuesioner yang telah disebarakan sebagai berikut:

- a. Ketika saya membeli sembako, saya akan dilayani dengan cepat.

Tabel 4.5
Variabel pernyataan (X.1)

		X.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	36	37.5	37.5	38.5
	Sangat setuju	59	61.5	61.5	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.5 diatas sesuai dengan pertanyaan dari angket X.1 yaitu, ketika saya membeli sembako, saya akan dilayani dengan cepat. sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan ragu-ragu, sebanyak 36 orang responden atau 37.5% yang menyatakan setuju dan sebanyak 59 orang responden atau 61.5% yang menyatakan sangat setuju.

- b. Ketika saya membeli sembako pelayanan yang diberikan sangat baik dan dengan pelayanan yang tepat.

Tabel 4.6

Variabel pernyataan (X.2)

		X2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	22	22.9	22.9	22.9
	Sangat setuju	74	77.1	77.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.6 diatas sesuai dengan angket dari pertanyaan X.2 yaitu, ketika saya membeli sembako pelayanan yang diberikan sangat baik dan dengan pelayanan yang tepat. sebanyak 22 atau 22.9% orang responden yang menyatakan setuju dan sebanyak 74 atau 77.1% yang menyatakan sangat setuju.

- c. Ketika saya membeli sembako, pedagang sembako akan membantu untuk melayani dengan baik.

Tabel 4.7

Variabel pernyataan (X.3)

		X3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	4	4.2	4.2	4.2
	Setuju	33	34.4	34.4	38.5
	Sangat setuju	59	61.5	61.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.7 sesuai dengan angket dari pertanyaan X.3 yaitu, ketika saya membeli sembako, pedagang sembako akan membantu untuk melayani dengan baik. sebanyak 4 orang responden atau 4.2% yang menyatakan ragu-ragu, sebanyak 33 orang responden atau 34.4% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 59 orang responden atau 61.5% yang menyatakan sangat setuju.

- d. Ketika saya tidak menemukan sembako yang ingin dibeli, pedagang sembako akan membantu melayani agar sembako yang di cari segera ditemukan.

Tabel 4.8
Variabel pernyataan (X.4)

		X.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	34	35.4	35.4	37.5
	Sangat setuju	60	62.5	62.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.8 sesuai dengan angket dari pertanyaan X.4 yaitu, Ketika saya tidak menemukan sembako yang ingin dibeli, pedagang sembako akan membantu melayani agar sembako yang di cari segera ditemukan. Sebanyak 2 orang responden atau 2.1% yang menyatakan ragu-ragu, sebanyak 34 orang responden atau 35.4% yang menyatakan setuju dan sebanyak 60 orang responden atau 62.5% yang menyatakan sangat setuju.

- e. Sembako yang dijual oleh padagang sembako sudah terjamin kebersihannya

Tabel 4.9
Variabel pernyataan (X.5)

		X.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	6	6.3	6.3	7.3
	Setuju	34	35.4	35.4	42.7
	Sangat setuju	55	57.3	57.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.9 sesuai dengan angket dari pertanyaan X.5 yaitu, Sembako yang dijual oleh padagang sembako sudah

terjamin kebersihannya. Sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 6 orang responden atau 6.3% yang menyatakan ragu-ragu, sebanyak 34 orang responden atau 35.4% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 55 orang atau 57.3% yang menyatakan sangat setuju.

- f. Sembako yang saya beli sudah terjamin bersih dan berkualitas baik

Tabel 4.10

Variabel pernyataan (X.6)

		X.6			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	33	34.4	34.4	35.4
	Sangat setuju	62	64.6	64.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.10 sesuai dengan angket dari pertanyaan variabel X.6 yaitu, Sembako yang saya beli sudah terjamin bersih dan berkualitas baik. Sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan ragu-ragu, sebanyak 33 orang responden atau 34.4% yang menyatakan setuju dan sebanyak 62 orang responden atau 64.6% yang menyatakan sangat setuju.

- g. Pelayanan yang diberikan oleh pedagang sembako selalu sama.

Tabel 4.11

Variabel pernyataan (X.7)

		X7			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	33	34.4	34.4	36.5
	Sangat setuju	61	63.5	63.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.11 sesuai dengan angket dari pertanyaan X.7 yaitu, Pelayanan yang diberikan oleh pedagang sembako selalu sama. Sebanyak 2 orang responden atau 2.1% yang menyatakan

ragu-ragu, sebanyak 33 orang responden atau 34.4% yang menyatakan setuju dan sebanyak 61 orang responden atau 63.5% yang menyatakan sangat setuju.

- h. Pedagang sembako akan memberikan pelayanan yang baik tanpa memandang status sosial pada setiap konsumen.

Tabel 4.12
Variabel pernyataan (X.8)

		X.8			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	3	3.1	3.1	3.1
	Setuju	37	38.5	38.5	41.7
	Sangat setuju	56	58.3	58.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.12 sesuai dengan angket dari pertanyaan X.8. yaitu, Pedagang sembako akan memberikan pelayanan yang baik tanpa memandang status sosial pada setiap konsumen. sebanyak 3 orang responden atau 3.1% yang menyatakan ragu-ragu, sebanyak 37 orang responden atau 38.5% menyatakan setuju dan sebanyak 56 orang responden atau 58.3% yang menyatakan sangat setuju.

- i. Ketika saya membeli sembako, pedagang sembako akan memberikan tempat untuk pembeli yang ingin beristirahat.

Perpustakaan **Tabel 4.13** taram

Variabel pernyataan (X.9)

		X.9			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	2	2.1	2.1	2.1
	Setuju	38	39.6	39.6	41.7
	Sangat setuju	56	58.3	58.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.13 sesuai dengan angket dari pertanyaan X.9 yaitu, Ketika saya membeli sembako, pedagang sembako akan memberikan tempat untuk pembeli yang ingin beristirahat. sebanyak 2 orang responden atau 2.1% yang menyatakan ragu-ragu, sebanyak 38 orang

responden atau 39.6% yang menyatakan setuju dan sebanyak 56 orang responden atau 58.3 yang menyatakan sangat setuju.

- j. Ketika saya membeli sembako di pasar, pedagang sembako akan menyediakan tempat duduk untuk pembeli yang ingin beristirahat/ duduk.

Tabel 4.14
Variabel pernyataan (X.10)

		X.10			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	2	2.1	2.1	3.1
	Setuju	31	32.3	32.3	35.4
	Sangat setuju	62	64.6	64.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.14 sesuai dengan angket dari pertanyaan X.10. yaitu, Ketika saya membeli sembako di pasar, pedagang sembako akan menyediakan tempat duduk untuk pembeli yang ingin beristirahat/ duduk. sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 2 orang responden atau 2.1% menyatakan ragu-ragu, sebanyak 31 orang responden atau 32.3% yang menyatakan setuju dan sebanyak 62 orang responden atau 64.6% yang menyatakan sangat setuju.

- k. Saya tertarik untuk membeli sembako karena untuk kebutuhan sehari-hari.

Tabel 4.15
Variabel pernyataan (Y.1)

		Y1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	1	1.0	1.0	2.1
	Setuju	27	28.1	28.1	30.2
	Sangat setuju	67	69.8	69.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.15 sesuai dengan angket dari pertanyaan Y.1 yaitu, Saya tertarik untuk membeli sembako karena untuk

kebutuhan sehari-hari. sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 orang responden atau 1.0% menyatakan ragu-ragu, sebanyak 27 orang responden atau 28.1% yang menyatakan setuju dan sebanyak 67 orang responden atau 69.8% yang menyatakan sangat setuju.

- l. Saya akan selalu membeli sembako karena untuk kebutuhan sehari-hari.

Tabel 4.16
Variabel pernyataan (Y.2)

		Y.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	4	4.2	4.2	4.2
	Setuju	38	39.6	39.6	43.8
	Sangat setuju	54	56.3	56.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.16 sesuai dengan angket dari pertanyaan Y.2 yaitu, Saya akan selalu membeli sembako karena untuk kebutuhan sehari-hari. sebanyak 4 orang responden atau 4.2% yang menyatakan ragu-ragu, sebanyak 38 orang responden atau 39.6% yang menyatakan setuju dan sebanyak 54 orang responden atau 56.3% yang menyatakan sangat setuju.

- m. Saya bersedia merekomendasikan sembako yang saya beli kepada orang lain.

Tabel 4.17
Variabel pernyataan (Y.3)

		Y.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	3	3.1	3.1	4.2
	Setuju	36	37.5	37.5	41.7
	Sangat setuju	56	58.3	58.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.17 sesuai dengan angket dari pertanyaan Y.3 yaitu, Saya bersedia merekomendasikan sembako yang saya beli kepada orang lain. sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 3 orang responden atau 3.1% yang

menyatakan ragu-ragu, sebanyak 36 orang responden atau 37.5% yang menyatakan setuju dan sebanyak 56 orang responden atau 58.3% yang menyatakan sangat setuju.

- n. Saya akan merekomendasikan sembako yang saya beli kepada orang lain, jika sembako yang saya beli berkualitas baik.

Tabel 4.18
Variabel pernyataan (Y.4)

		Y.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak setuju	1	1.0	1.0	2.1
	Setuju	33	34.4	34.4	36.5
	Sangat setuju	61	63.5	63.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.18 sesuai dengan angket dari pertanyaan Y.4 yaitu, Saya akan merekomendasikan sembako yang saya beli kepada orang lain, jika sembako yang saya beli berkualitas baik. sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 33 orang responden atau 34.4% yang menyatakan setuju dan sebanyak 61 orang responden atau 63.5% yang menyatakan sangat setuju.

- o. Saya memilih untuk membeli sembako untuk kebutuhan sehari-hari.

Tabel 4.19
Variabel pernyataan (Y.5)

		Y.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	33	34.4	34.4	35.4
	Sangat setuju	62	64.6	64.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.19 sesuai dengan angket dari pertanyaan Y.5 yaitu, Saya memilih untuk membeli sembako untuk

kebutuhan sehari-hari. sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 33 orang responden atau 34.4% yang menyatakan setuju dan sebanyak 62 orang responden atau 64.6% yang menyatakan sangat setuju.

- p. Saya akan selalu membeli sembako dengan jumlah yang banyak untuk menyimpan (stok) di rumah guna untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Tabel 4.20
Variabel pernyataan (Y.6)

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	3	3.1	3.1	4.2
	Setuju	28	29.2	29.2	33.3
	Sangat setuju	64	66.7	66.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.20 sesuai dengan angket dari pertanyaan Y.6 yaitu, Saya akan selalu membeli sembako dengan jumlah yang banyak untuk menyimpan (stok) di rumah guna untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 3 orang responden atau 3.1% yang menyatakan ragu-ragu, sebanyak 28 orang responden atau 29.2% yang menyatakan setuju dan sebanyak 64 orang responden atau 66.7% yang menyatakan sangat setuju.

- q. Saya selalu mencari informasi tentang sembako yang berkualitas baik kepada orang lain

Tabel 4.21
Variabel pernyataan (Y.7)

Y.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-ragu	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	28	29.2	29.2	30.2
	Sangat setuju	67	69.8	69.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.21 sesuai dengan angket dari pertanyaan Y.7 yaitu, Saya selalu mencari informasi tentang sembako yang berkualitas baik kepada orang lain. sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan ragu-ragu, sebanyak 28 orang responden atau 29.2% yang menyatakan setuju dan sebanyak 67 orang responden atau 69.8% yang menyatakan sangat setuju.

- r. Ketika saya membeli sembako, Saya akan selalu mencari informasi tentang sembako yang berkualitas baik kepada setiap orang.

Tabel 4.22
Variabel pernyataan (Y.8)

Y.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Setuju	28	29.2	29.2	30.2
	Sangat setuju	67	69.8	69.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Output software versi Spss 22

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.22 sesuai dengan angket dari pertanyaan Y.8 yaitu, Ketika saya membeli sembako, Saya akan selalu mencari informasi tentang sembako yang berkualitas baik kepada setiap orang. sebanyak 1 orang responden atau 1.0% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 28 orang responden atau 29.2% yang menyatakan setuju dan sebanyak 67 orang responden atau 69.8% yang menyatakan sangat setuju.

2. Uji Validitas dan uji Realibilitas
 - a. Uji validitas merupakan sebuah alat ukur andalan yang bisa digunakan untuk mengukur suatu keaslian data. Rumus yang akan digunakan adalah rumus dari Koralsi Product Moment yang karl pearson untuk menguji variabel kualitas pelayanan dan variabel minat beli konsumen. Apakah kedua variabel tersebut bisa dikatakan valid atau tidak. Penelitian ini terdiri dari uji validitas dan realibilitas yang digunakan untuk menguji instrument penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan informasi data yang ril/nyata. Peneliti menggunakan analisis yang digunakan SPSS.

Tabel 4.23

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X)

No	Rhitung	Rtabel	Nilai sig	Keterangan
1.	0.759	0.200	0.000	Valid
2.	0.520	0.200	0.000	Valid
3.	0.588	0.200	0.000	Valid
4.	0.558	0.200	0.000	Valid
5.	0.533	0.200	0.000	Valid
6.	0.284	0.200	0.000	Valid
7.	0.417	0.200	0.000	Valid
8.	0.571	0.200	0.000	Valid
9.	0.631	0.200	0.000	Valid
10.	0.411	0.200	0.000	Valid

Sumber: data primer penelitian diolah 2022

Dari hasil uji validitas instrument penelitian dengan menggunakan sekala likert untuk variabel kualitas pelayanan (X) dengan rentang skor 1-5 dapat disimpulkan bahwa ke- 10 item instrument penelitian tersebut dinyatakan valid

Tabel 4. 24

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

No	Rhitung	Rtabel	Nilai sig	Keterangan
1.	0.495	0.200	0.000	Valid
2.	0.579	0.200	0.000	Valid
3.	0.640	0.200	0.000	Valid
4.	0.595	0.200	0.000	Valid
5.	0.564	0.200	0.000	Valid
6.	0.586	0.200	0.000	Valid
7.	0.651	0.200	0.000	Valid
8.	0.517	0.200	0.000	Valid

Sumber: data primer penelitian diolah 2022

Dari hasil penelitian instrument penlitan dengan menggunakan skala likert untuk variabel minat beli konsumen (Y) dengan rentang skor 1-5 dapat disimpulkan bahwa ke-8 item instrument tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Tabel 4.25

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	18

Sumber: Output software versi Spss 22

Dari tabel 4.25 diatas dapat kita simpulkan bahwa nilai Cronbach's Alfa 0.863 dengan nilai N of Item 18, karena nilai cronbach's Alpha lebih dari 0,6, maka bisa dikatakan reliabel.

Tabel 4.26

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 4.26 uji reabilitas diatas menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) dapat memberikan informasi tentang jumlah sampel atau responden (N) yang dianalis dalam program SPSS yakni N sebanyak 96 orang responden. Dan tidak ada data yang kosong maka jumlah valid sebanyak 100%.

c. Uji Normalitas

Tabel 4. 27

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.03827579
Most Extreme Differences	Absolute	.162
	Positive	.080
	Negative	-.162
Test Statistic		.162
Asymp. Sig. (2-tailed)		.350 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil tabel 4.27 diatas diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0.350 > 0.05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogrov-smirnov diatas, data disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

d. Regresi Linier Sederhana

Tabel 4.28

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.380	3.144		2.029	.045
	Kualitas Pelayanan	.663	.068	.708	9.730	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hasil tabel 4.28 diatas diketahui signifikasi dari tabel coefficients dapat diperoleh nilai signifikasi sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (x) sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen (y)

e. Uji Hipotesis (uji t)

Tabel 4.29

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.502	.496	2.049

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 4.29 besarnya nilai koralasi/ (R) yaitu sebesar 0.708 dari output tersebut diperoleh keofesien determinasi (R Square) sebesar 0.502

yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 0.502

Tabel 4.30

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	397.472	1	397.472	94.664	.000 ^b
	Residual	394.684	94	4.199		
	Total	792.156	95			

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel 4.30 diatas dapat kita lihat hasil dari F hitung sebesar 94.664 dengan tingkat signifikasi sebesar $0.000 < 0.05$ maka tabel regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kualitas pelayanan (x) terhadap variabel minat beli konsumen (y).

Tabel 4.31

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.380	3.144		2.029	.045
	Kualitas Pelayanan	.663	.068	.708	9.730	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Berdasarkan tabel 4.31 diatas diketahui hasil uji t-test dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan (x) memiliki t hitung $9.730 > t$ tabel 0.200 dan dengan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ karena t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi terhadap tingkat minat beli konsumen (y). selain itu juga variabel kualitas pelayanan (x) memberikan tanggapan yang positif dan signifikan terhadap tingkat minat beli konsumen (y). dengan pernyataan H_0 ditolak dan H_a diterima.

E. Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan menggunakan metode kuantitatif yang bersifat statistik deskriptif, yang menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (x) dan variabel terikat minat beli konsumen (y). Pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, dokumentasi dan kuesioner / angket untuk dapat mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada pedagang sembako. Setiap pernyataan dalam angket/ kuesioner yang digunakan peneliti adalah dari 1-5 dimana angka 1 mewakili sangat tidak setuju, angka 2 mewakili tidak setuju, angka 3 mewakili ragu-ragu, angka 4 mewakili setuju dan angka 5 mewakili sangat setuju.

Kurang lebih satu bulan penyebaran angket/ kuesioner yang dilakukan peneliti terdapat 96 responden dalam tingkat ini kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen di pasar Mbongawani Kabupaten Ende. Berdasarkan hasil dari data yang disebarkan kuesioner, peneliti melakukan beberapa pengujian guna untuk menganalisis data tersebut. Adapun pengujian data tersebut dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji regresi linier sederhana, uji t dan uji f. Dari beberapa pengujian data yang digunakan peneliti ini untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di pasar Mbongawani Kabupaten Ende.

Dari hasil uji validitas dengan menggunakan aplikasi SPSS, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang diuji dikatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari taraf signifikansi yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu 5% (0,05). Nilai sig dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS 22 dari kualitas pelayanan menunjukkan kurang dari 0,05 (nilai sig dari keseluruhan item pertanyaan 0,000), yang dapat diartikan item-item pertanyaan tersebut bisa dikatakan valid. Sedangkan hasil uji reabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 22 dinyatakan reliabel. Hal tersebut karena nilai koefisien Cronbach Alpha lebih dari 0,06 yaitu 0,863 pada kualitas pelayanan artinya semua item-item pernyataan tersebut reliabel sedangkan uji normalitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 22 dengan nilai Asymp sig (2-tailed) sebesar 0,350 > 0,05 maka uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

Sedangkan dari hasil uji regresi linier sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS 22 dengan diperoleh hasil dari konstanta 6.380, dari koefisien variabel kualitas pelayanan (x) 0,663 yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (y). kemudian pengujian menggunakan uji t dan uji f. dengan menggunakan uji t dapat kita ambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen dimana nilai t hitung sebesar 9.730 dengan nilai sig 0.000, dengan ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1.661 dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan uji f dengan menggunakan aplikasi SPSS 22 dengan F hitung sebesar 94.664 dengan tingkat sig. sebesar $0,000 < 0,05$ maka tabel regresi dapat dipakai dengan memprediksi variabel kualitas pelayanan (y) berpengaruh terhadap minat beli konsumen (y).



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data yang peneliti lakukan pada bab IV kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen pada pedagang sembako dipasar mbongawani kabupaten ende. Hal tersebut bisa kita lihat pada uji t dimana kualitas pelayanan memiliki t hitung $9.730 > t$ tabel 1.661 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, dikarenakan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada pedagang sembako dipasar mbongawani kabupaten ende.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan diatas maka dapat dirangkum beberapa saran dari peneliti untuk peneliti selanjutnya dan pedagang sembako yaitu:

1. Untuk pedagang sembako di pasar mbongawani kabupaten ende. Agar lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen. Agar menarik minat beli konsumen terhadap barang/jasa yang diperjual belikan.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbanyak objek penelitian yang akan dijadikan berbanding untuk mengetahui letak perbedaan atau kesamaan dalam memilih objek yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal Raihanul, Musa Armiadi DKK, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh", *Jurnal Of Sharia Economis*, Vol. 1 No. 1, Tahun 2120
- Aliyah Istijabatul, "Pemahaman Konsep Tual Pasar Tradisional di Perkotaan", *Cakra Wisata*, Vol. 18, Jilid 2, Tahun 2017
- Apriyanti, "Analisis Pelayanan Toko Sembako di Pasar Sekampung Terhadap Perilaku Konsumen Prespektif Etika Bisnis", Skripsi, Metro, Desember 2018
- Aptaguna dan Pitaloka, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa GO-JEK", *Widyakala*, Vol. 3, Maret 2016
- Ardiansyah Faris, Mursito Bambang DKK, "Analisis Kualitas Produk, Diversifikasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Pasar Gedhe Solo", *Jurnal Edonomika*, Vol. 3, No. 2, Agustus 2019
- Arianti Nisa, "Etika Pedagang Sembako Menurut Prespektif Ekonomi Islam", Skripsi, Bukit Tinggi, 31 Juli 2018
- Asep Saipul Hamid, "Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan", Yogyakarta: Depublish, Tahun 1014
- Bahar Arifin & Sajaruddin, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang", *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Vol. 3, No. 2 September 2015
- Dewi Priyanto, "Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate Dengan SPSS
- Etta Mamang S, Sopiah, "Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis", Yogyakarta, C.V Andi Offset, 2013
- Fitri Mulyeni, Jamalludin DKK, "Perilaku Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Sembako pada Minimarket Juan di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi", *Jurnal Optimal*, Vol. 2, No, 1

- Kaolang Wido Gerry, Kalangi J.A. F DKK,"*Pengaruh Hubungan Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Finansia Mulri Finance/ Kredit Plus Manado*", Jurnal Administrasi Bisnis , Vol. 1, No. 5, Tahun 2016
- Marathon Sa'id," *Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan*",Cakrta Wisata, Vol. 18, Julid 2 Tahun 2017
- Mika Agus Widiyanto," *Statistik Terapan dan Aplikasi SPSS*
- Mudrajad Kuncoro,"*Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*", Yogyakarta: AMP YKPN, ED 1, Tahun 2001
- Munna Naylil Iyyana," *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Tradisional Tulungagung*", Skripsi, Tulungagung, 12 April 2018
- Nelwon Gebriela Diandra, Areros Agustinus Wiliam DKK,"*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Tbk Cabang Manado*", Jurnal Administrasi Bisnis , Vol. 2, No. 3, Tahun 2016
- Nirma,"*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pelanggan pada Toko Giant Kota Makassar*", Skripsi, Makassar, 7 September 2018
- Rasmi Nurlena,"*Implementasi Jual Beli Sembako Terhadap Penimbangan dalam Persepektif Islam di Pasar Tradisional Banyorong di Kabupaten Sulawesi Selatan*", Skripsi, Makassar 23 Januari 2021
- Riyadin,"*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur*", Jurnal Simplex, Vol. 2, No. 1, April 2019
- Sadiyah Halimatus," *Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayana Penentu Minat Beli Konsumen*", Jurnal IMK Implementasi Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 1, No. 2 Oktober 2021
- Sehani," *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Warung Buk'de di Gomong Mataram*", Skripsi, Mataram, 23 Juli 2020

- Setiawan Erma & Sri Murwanti,” *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Pembentukan Itensi Pembelian Konsumen*”, Jurnal Benefit, Vol. 10, No. 1 Juli 2006
- Sirma Piscies E Rinida,” *Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan, dan Physical Evidence Terhadap Minat Beli pada Produk Pembiayaan Modal Usaha di Perbankan Syariah*”, Skripsi, Bengkulu, Juli 2020
- Subandi,” *Deskripsi Kualitatif Sebagai Suatu metode dalam Penelitian Pertunjukan*”, Harmonia, Vol. 11, No. 2 Desember 2011
- Suci Widiya,” *Pengaruh Media Pembelajaran Terhadap Hasil Belajar Al-Islam di SMA Muhammadiyah 1 Gisting Kab. Tanggamus Tahun Pelajaran 2019/2020*”, Skripsi, Metro, November, Tahun 2020
- Ari Sudarman,” *Pengertian Dasar Fungsi Pasar dan Harga, Modul 1 Teori Ekonomi Mikro*, Vol. 1, No. 2
- Hendrik Agus Kurniawan,” *Persaingan Usaha Pedagang Sembako Prespektif Etika Bisnis Islam*”, Skripsi, Surabaya, 29 Desember 2020
- Yuliara Made I,” *Regeresi Linier Berganda*”, Modul, Maret 2016

Perpustakaan UIN Mataram

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN UNTUK PEDAGANG SEMBAKO DAN KONSUMEN (PEMBELI)

Assalamualaikum Wr.Wb

Responden yang terhormat

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR MBONGAWANI KABUPATEN ENDE”, jurusan Ekonomi syariah S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram, maka saya:

Nama : Elisa Aznul Fauziah

Nim : 180501175

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk meluangkan sedikit waktu dalam mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada pedagang sembako di pasar mbongawani Kabupaten Ende.

Dalam pengisian kuesioner ini disarankan untuk membaca petunjuk umum yang terdapat pada awal setiap bagian dengan seksama sebelum menjawab pertanyaan sesuai pendapat Bapak/Ibu/sdr/i. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas dan setiap jawaban responden.

Atas perhatian dan kesediannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. Wb.

Hormat saya,

Elisa Aznul Fauziah



(Mahasiswa UIN Mataram)

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden

2. Jenis Kelamin

a Laki-laki

b Perempuan

3. Umur

a 15 -20 tahun

c 31-40 tahun

b 21-30 tahun

d. 41-50 tahun

4. Pendidikan Terakhir

a. SD

d Kuliah/ SI

b. SMP

e Pegawai/Wiraswasta

c. SMA

Perpustakaan UIN Mataram

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Sebelum mengisi pernyataan berikut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/sdr/i untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian.

2. Setiap pernyataan pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/ibu/sdr/i.

3. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat Bapak/ibu/sdr/I dengan cara memberikan tanda lingkaran di jawaban untuk jawaban yang anda pilih.

SS : Sangat setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

N : Ragu-ragu

Tabel 1.1

Kualitas pelayanan (X)

No	Pernyataan	Ss	S	N	Ts	Sts
	<i>Enduring Service Intensifiers</i>	5	4	3	2	1
1.	Ketika saya membeli sembako, saya akan dilayani dengan cepat					
2.	Ketika saya membeli sembako pelayanan yang diberikan sangat baik dan dengan pelayanan yang tepat.					
	<i>Personal Need</i>					
3.	Ketika saya membeli sembako, pedagang sembako akan membantu untuk melayani dengan baik.					
4.	Ketika saya tidak menemukan sembako yang ingin dibeli, pedagang sembako akan membantu melayani agar sembako yang di cari segera ditemukan.					
	<i>Transitory Service Intensifiers</i>					
5.	Sembako yang dijual oleh pedagang sembako sudah terjamin kebersihannya					
6.	Sembako yang saya beli sudah terjamin bersih dan berkualitas baik.					
	<i>Perceived Service Alternatives</i>					
7.	Pelayanan yang diberikan oleh pedagang sembako selalu sama.					
8.	Pedagang sembako akan memberikan pelayanan yang baik tanpa memandang status sosial pada setiap konsumen.					

	<i>Explicit Service Promises</i>					
9.	Ketika saya membeli sembako, pedagang sembako akan memberikan tempat untuk pembeli yang ingin beristirahat.					
10.	Ketika saya membeli sembako di pasar, pedagang sembako akan menyediakan tempat duduk untuk pembeli yang ingin beristirahat/duduk.					

Tabel 1.2

Minat Beli Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Ss	S	N	Ts	Sts
	Minat transaksional					
11.	Saya tertarik untuk membeli sembako karena untuk kebutuhan sehari-hari					
12.	Saya akan selalu membeli sembako karena untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.					
	Minat refrensial					
13.	Saya bersedia merekomendasikan sembako yang saya beli kepada orang lain.					
14.	Saya akan merekomendasikan sembako yang saya beli kepada orang lain, jika sembako yang saya beli berkualitas baik.					
	Minat prefrensial					
15.	Saya memilih membeli sembako untuk kebutuhan sehari-hari					
16.	Saya akan selalu membeli sembako dengan jumlah yang banyak untuk menyimpan (stok) di					

	rumah guna untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.					
	Minat eksploratif					
17.	Saya selalu mencari informasi tentang sembako yang berkualitas baik kepada orang lain.					
18.	Ketika saya membeli sembako, saya akan mencari informasi tentang sembako yang berkualitas baik kepada orang lain.					



LAMPIRAN 2

Tabel 2.2

KUALITAS PELAYANAN										TOTAL X	MINAT BELI KONSUMEN								TOTAL Y
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44	4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42	5	4	4	4	5	4	3	5	34
5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	46	4	5	4	5	5	4	5	5	37
4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	42	4	5	4	5	4	5	4	4	35
4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	44	5	3	5	1	5	5	4	4	32
4	4	5	5	3	4	5	5	5	4	44	4	5	4	5	5	4	4	5	36
5	5	5	4	5	3	5	5	5	3	45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	37
4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	43	5	4	5	5	5	4	5	5	38
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47	4	4	4	4	4	4	4	5	38
4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	44	5	4	5	4	5	5	5	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48	4	4	4	4	4	4	4	5	37
4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46	4	4	4	5	5	5	5	5	39
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48	5	5	5	5	5	4	5	5	35
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	47	4	4	5	5	2	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48	5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	45	5	4	5	5	5	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48	5	5	4	5	4	5	4	5	37
3	5	4	5	4	5	3	5	5	4	43	4	5	5	5	4	5	4	5	36
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	5	5	4	5	4	4	4	5	38
4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	44	5	5	4	5	4	5	5	5	34
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48	4	4	3	5	4	5	5	4	40
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43	5	5	5	5	5	5	5	5	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	3	4	4	4	5	5	40
4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	43	5	5	5	5	5	5	5	5	36
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48	4	4	4	4	5	5	5	5	38
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47	5	4	5	5	4	5	5	5	40
4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	41	5	5	5	5	5	5	5	5	31
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47	4	4	4	4	4	3	4	4	40
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	44	5	5	5	5	5	5	5	5	33

4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	5	4	2	5	5	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	5	3	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
4	5	5	5	4	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	3	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	4	5	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	4	4	3
4	4	3	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
5	5	4	3	4	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

43	5	4	4	4	4	4	4	4	4	36
49	5	4	5	4	4	4	4	5	5	39
48	5	5	4	5	5	5	5	5	5	39
45	5	5	5	5	4	5	5	5	5	33
49	5	4	4	2	4	5	5	5	4	37
50	5	4	5	4	5	4	5	5	5	40
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	35
47	5	3	4	4	5	5	5	5	4	40
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	32
48	5	4	4	4	4	3	4	4	4	39
41	5	5	5	5	5	5	5	5	4	36
50	5	5	5	4	4	4	4	4	5	40
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	39
46	5	5	5	4	5	5	5	5	5	36
50	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	34
50	4	4	4	4	4	4	5	5	4	40
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	39
50	5	5	5	5	5	5	5	5	4	36
47	5	4	5	4	5	4	5	4	4	38
50	4	4	5	5	5	5	5	5	5	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	37
43	4	5	5	5	5	4	5	4	4	35
49	5	5	5	4	4	2	5	5	5	37
46	5	4	5	4	5	4	5	5	5	37
49	4	4	5	5	5	5	5	5	4	39
48	5	5	5	5	4	5	5	5	5	39
43	5	5	5	5	5	5	5	5	4	36
48	5	4	4	5	4	4	5	5	5	39
43	5	5	4	5	5	5	5	5	5	33
50	4	4	3	4	4	5	4	5	5	40
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	31
46	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38

5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	4	5	5	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	3	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	5	3	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	4	4	3	4	5	5
5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
4	4	3	4	4	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	4	5	5

49	5	4	5	4	5	5	5	5	35
46	5	4	5	4	4	5	4	4	36
49	4	4	4	5	5	5	5	4	38
43	4	5	4	5	5	5	5	5	31
50	4	4	4	4	4	5	4	2	40
45	5	5	5	5	5	5	5	5	35
50	5	4	4	4	5	4	5	4	39
40	5	4	5	5	5	5	5	5	32
47	4	4	4	4	4	4	4	4	39
41	5	4	5	5	5	5	5	5	31
50	4	3	4	4	4	4	4	4	40
43	5	5	5	5	5	5	5	5	35
47	5	5	2	5	5	5	4	4	39
43	5	5	5	5	5	5	4	5	33
49	4	5	4	4	4	4	4	4	40
42	5	5	5	5	5	5	5	5	34
50	5	4	4	4	4	4	4	5	40
42	5	5	5	5	5	5	5	5	31
50	4	3	4	4	4	4	4	4	40
46	5	5	5	5	5	5	5	5	34
46	2	4	4	4	5	5	5	5	40
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	5	5	5	5	5	5	5	5	39
41	5	5	4	5	5	5	5	5	33
50	5	4	4	4	4	4	4	4	40
44	5	5	5	5	5	5	5	5	33
42	4	4	4	4	5	3	4	5	33

LAMPIRAN 3

A. Uji Validitas

Tabel 3.1

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X)

No	Rhitung	Rtabel	Nilai sig	Keterangan
1.	0.759	0.200	0.000	Valid
2.	0.520	0.200	0.000	Valid
3.	0.588	0.200	0.000	Valid
4.	0.558	0.200	0.000	Valid
5.	0.533	0.200	0.000	Valid
6.	0.284	0.200	0.000	Valid
7.	0.417	0.200	0.000	Valid
8.	0.571	0.200	0.000	Valid
9.	0.631	0.200	0.000	Valid
10.	0.411	0.200	0.000	Valid

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

No	Rhitung	Rtabel	Nilai sig	Keterangan
1.	0.495	0.200	0.000	Valid
2.	0.579	0.200	0.000	Valid
3.	0.640	0.200	0.000	Valid
4.	0.595	0.200	0.000	Valid
5.	0.564	0.200	0.000	Valid
6.	0.586	0.200	0.000	Valid
7.	0.651	0.200	0.000	Valid
8.	0.517	0.200	0.000	Valid

B. Uji Reabilitas

Tabel 3.3

Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	18

Tabel 3.4

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

C. Uji Normalitas

Tabel 3.5

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.03827579
Most Extreme Differences	Absolute	.162
	Positive	.080
	Negative	-.162
Test Statistic		.162
Asymp. Sig. (2-tailed)		.350 ^c

D. Regresi Linier Sederhana

Tabel 3.6

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.380	3.144		2.029	.045
	Kualitas Pelayanan	.663	.068	.708	9.730	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

E. Uji t

Tabel 3.7

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.502	.496	2.049

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Tabel 3.8

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	397.472	1	397.472	94.664	.000 ^b
	Residual	394.684	94	4.199		
	Total	792.156	95			

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Tabel 3.9

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.380	3.144		2.029	.045
	Kualitas Pelayanan	.663	.068	.708	9.730	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

LAMPIRAN 4



Perpustakaan UIN Mataram





Perpustakaan UIN Mataram



PEMERINTAH KABUPATEN ENDE
KECAMATAN ENDE SELATAN
Alamat : Jl. I. H. Doko, Telp : 081339424615/081353969513

IJIN PENELITIAN

Nomor : Pem.100/112/IV/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

.....CAMAT ENDE SELATAN.....

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Elisa Aznul Fauziah
Pekerjaan : Mahasiswi
Lembaga : Universitas Islam Negeri Mataram
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Penelitian : "PENGARUH AJARAN AGAMA DALAM BISNIS SEMBAKO DI PASAR MBONGAWANI KABUPATEN ENDE"

Waktu Penelitian : 13 April 2022 s/d 30 April 2022

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, Saudara diminta untuk memfasilitasi dengan memberikan kemudahan kepada yang bersangkutan untuk melakukan Penelitian dimaksud dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

1. Selama melakukan Penelitian tidak dibenarkan/diijinkan untuk melakukan kegiatan di bidang lain;
2. Berbuat positif, tidak melakukan hal-hal yang mengganggu keamanan dan ketertiban masyarakat/Lembaga Pendidikan;
3. Ijin Penelitian ini dicabut dan dinyatakan tidak berlaku, apabila Peneliti tidak mentaati dan mengindahkan ketentuan-ketentuan di atas.

Demikian Ijin Penelitian ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ende, 14 April 2022

An. CAMAT ENDE SELATAN

Perpustakaan
SEKRETARIS,



MUHAMAD RIDWAN, S.STP
NIP. 19820807 200112 1 004

Tembusan :

1. Yth. Bupati Ende di Ende;
2. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Ende di Ende;
3. Kepala Kesbangpolinmas Kabupaten Ende di Ende;
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram di Mataram;
5. Sdri. Elisa Aznul Fauziah.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 621298-623809 Fax. (0370) 625337 Jempong Mataram
website : <http://febl.uinmataram.ac.id>, email : febl@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elisa Aznul Fuaziah
NIM : 180501175
Pembimbing I : Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag.
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pedagang Sembako Di Pasar Mbongawani Kabupaten Ende

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
15/8/22	Sesuaikan yg tabel perbaiki penulisan	f
22/8/22	Perbaiki sesuai angket	f
26/8/22	Lampirkan angket	f
29/8/22	print out samudra	f
30/8/22	diberi halaman.	f
31/8/22	Ace silahkan managrasah	f

Mengetahui,
Dekan,

Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.
Nip. 197111102002121001

Mataram,
Pembimbing I

Drs. Ma'ruf, S.H., M.Ag.
NIP. 196505141997031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Gajah Mada No. 100 Tlp. (0370) 621298-623809 Fax. (0370) 625337 Jempong Mataram
website : <http://febi.uinmataram.ac.id>, email : febi@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI PROPOSAL/SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elisa Aznul Fuaziah
NIM : 180501175
Pembimbing II : Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pedagang Sembako Di Pasar Mbongawani Kabupaten Ende

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
12/7/22	Buat jawaban responden berdasarkan item instrumen pertabel dan sistematis juga pertabel	
	Indikator nilai-nilai (satu belum muncul di kerangka teori)	
25/7/22	Perbaiki lagi judulnya	
9/8/22	Buat nomor halaman halaman dengan ketentuan ^A dari 60 halaman	
11/8/22	Skripsi Acc	

Mengetahui,
Dekan,

Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.
Nip. 197111102002121001

Mataram,
Pembimbing II

Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
NIP. 197808102006041002