

**PENGARUH UMUR, PENDIDIKAN, DAN PENDAPATAN TERHADAP  
NIAT BELI KONSUMEN DI NBC NGABAR**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Hukum Program Strata Satu (S1)



**OLEH:**

**FITRI ROKHMATUN KHASANAH**

**NIM 2019620204006**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH**

**FAKULTAS SYARI'AH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADLOTUL MUJAHIDIN**

**PONDOK PESANTREN WALI SONGO NGABAR PONOROGO**

**2023**

**PENGARUH UMUR, PENDIDIKAN, DAN PENDAPATAN TERHADAP  
NIAT BELI KONSUMEN DI NBC NGABAR**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Hukum Program Strata Satu (S1)



Oleh:

**FITRI ROKHMATUN KHASANAH**

**NIM 2019620204006**

Pembimbing:

**A'ang Yusril M, M.M.**

**Fatakhul Huda M.Pd.I.**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH**

**FAKULTAS SYARI'AH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADLOTUL MUJAHIDIN**

**PONDOK PESANTREN WALI SONGO NGABAR PONOROGO**

**2023**



**PONDOK PESANTREN WALISONGO  
INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADLOTUL MUJAHIDIN  
FAKULTAS SYARIAH  
NGABAR PONOROGO JAWA TIMUR**

Jl. Sunan Kaljaga Ngabar Siman Ponorogo 63471 Telp (0352) 314309  
Website: <http://iairm-ngabar.ac.id/> E-mail: [iairm@iairm-ngabar.ac.id](mailto:iairm@iairm-ngabar.ac.id)

Hal : Nota Dinas

Lamp : 5 (Lima) Exemplar

An. Fitri Rokhmatus Khasanah

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Syariah  
IAIRM Ngabar Ponorogo  
Di-  
NGABAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berkesimpulan bahwa skripsi atas nama:

Nama : Fitri Rokhmatus Khasanah

NIM : 2019620204006

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen di NBC Ngabar

Telah dapat diajukan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan tugas akademik dalam menepuh Program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Syariah Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Ngabar Ponorogo.

Dan dengan ini skripsi tersebut dinyatakan dapat diajukan dalam sidang munaqosah Dewan Penguji Fakultas Syariah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Ponorogo, 14 Juli 2023

Pembimbing I

A'ang Yasril M, M.M.

Pembimbing II

Fatikhul Huda, M.Pd.I.



**PONDOK PESANTREN WALISONGO  
INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADLOTUL MUJAHIDIN  
FAKULTAS SYARIAH  
NGABAR PONOROGO JAWA TIMUR**

Jl. Gemen Kalijaga Ngabar Siman Ponorogo 63471 Telp (0352) 314300  
Website: <http://www.walisongo.ac.id> E-mail: [walisong@walisongo.ac.id](mailto:walisong@walisongo.ac.id)

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen di NBC Ngabur

Nama : Fitri Rokhmatus Khusanah

NIM : 2019620204006

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang munaqasah oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Ngabur Ponorogo pada:

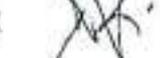
Hari : Jumat

Tanggal : 14 Juli 2023

Dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang hukum ekonomi syariah

**Dewan Penguji**

1. Ketua Sidang : Siti Musrofa, M.Fil.I
2. Sekretaris : Fatakhul Huda M.Pd.I
3. Penguji Utama : Darul Mu'arif, M.S.I

(  )  
(  )  
(  )

Ponorogo, 21 Juli 2023

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Syariah  
IAIRM



Iwan Ridwan, S.H.I., M.F.  
NIDN. 2107128204

#### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitri Rokhmatus Khasanah

NIM : 2019620204006

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul : **"Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen di NBC Ngabar"**

Secara keseluruhan adalah hasil karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan duplikat, tiruan, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar dan dapat dibuktikan kebenarannya, maka saya bersedia menerima sanksi.

Ponorogo, 04 Juli 2023

Pembuat Pernyataan,

Fitri Rokhmatus Khasanah

NIM 2019620204006

## ABSTRAK

Khasanah, Fitri Rokhmatun. Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen di NBC Ngabar. 2023. Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah, Fakultas Syari'ah, Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo, Pembimbing: A'ang Yusril M, M.M., Fatakhul Huda M.Pd.I.

**Kata Kunci:** Umur, Pendidikan, Pendapatan dan Niat Beli.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh umur, pendidikan, dan pendapatan terhadap niat beli konsumen. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis data dan menguji hipotesis menggunakan SPSS versi 2016.

Penelitian ini memiliki satu variabel terikat (Y) yaitu, niat beli konsumen, dan tiga variabel bebas yaitu umur (X1), pendidikan (X2), dan pendapatan (X3). Data yang diperoleh dari kuisioner yang dibagikan kepada 53 responden yaitu konsumen NBC Ngabar yang dipilih melalui teknik simple random sampling dan dikur dengan skala likert.

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa secara parsial (uji-t) variabel pengaruh umur (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen di Nbc Ngabar hal tersebut dibuktikan hasil nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu Variabel umur (X1) sebesar -0,813 hal ini berarti  $t_{hitung} -0,813 < t_{tabel} 2,010$  dengan signifikan  $0,420 > 0,05$ . Pengaruh pendidikan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen di Nbc Ngabar hal tersebut dibuktikan hasil nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu Variabel Pendidikan (X2) sebesar -0,428 hal ini berarti  $t_{hitung} -0,428 < t_{tabel} 2,010$  dengan signifikan  $0,670 > 0,05$ . Pengaruh pendapatan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen di Nbc Ngabar hal tersebut dibuktikan hasil nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu Variabel pendapatan (X3) sebesar 0,728 hal ini berarti  $t_{hitung} 0,728 < t_{tabel} 2,010$  dengan signifikan  $0,470 > 0,05$ . Secara simultan (Uji F) dapat memprediksi bahwa variabel atau secara bersamaan dapat memprediksi variabel pengaruh umur, pendidikan dan pendapatan tidak berpengaruh terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar dilihat berdasarkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $0,257 < 2,79$  dengan tingkat signifikansi  $0,856 > 0,05$ . Serta dari hasil koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) besarnya nilai *R Square*  $0,016 \times 100\% = 1,6\%$  hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel independen yakni umur, pendidikan dan pendapatan secara simultan terhadap variabel dependen yakni niat beli konsumen adalah sebesar 1,6%.

## **ABSTRACT**

*Khasanah, Fitri Rokhmatun. The Influence of Age, Education, and Income on Consumer Purchase Intentions at NBC Ngabar. 2023. Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Syari'ah, Riyadlotul Mujahidin Institute of Islamic Studies, Wali Songo Ngabar Islamic Boarding School, Ponorogo, Advisors: A'ang Yusril M, M.M., Fatakhul Huda M.Pd.I.*

**Keywords:** *Age, Education, Income and Purchase Intention.*

*This study aims to determine and analyze the effect of age, education, and income on consumer purchase intentions. This type of research uses quantitative research, using multiple linear regression analysis to analyze data and test hypotheses using SPSS version 2016.*

*This study has one dependent variable (Y), namely consumer purchase intention, and three independent variables, namely age (X1), education (X2), and income (X3). The data obtained from the questionnaires were distributed to 53 respondents, namely NBC Ngabar consumers who were selected through a simple random sampling technique and measured with a Likert scale.*

*Based on the analysis conducted by the researcher, it can be concluded that partially (t-test) the age variable (X1) has no significant effect on consumer purchase intentions at Nbc Ngabar, this is evidenced by the results of the  $t_{count} < t_{table}$ , namely the age variable (X1) of  $-0.813$  this means  $t_{count} -0.813 < t_{table} 2.010$  with a significance of  $0.420 > 0.05$ . The effect of education (X2) has no significant effect on consumer purchase intentions at Nbc Ngabar. This is evidenced by the results of the  $t_{count} < t_{table}$ , namely the Education Variable (X2) of  $-0.428$ , this means  $t_{count} -0.428 < t_{table} 2.010$  with a significance of  $0.670 > 0.05$ . The effect of income (X3) has no significant effect on consumer purchase intentions at NBC Ngabar. This is evidenced by the results of the  $t_{count} < t_{table}$ , namely the income variable (X3) of  $0.728$ , this means that  $t_{count}$  is  $0.728 < t_{table} 2.010$  with a significance of  $0.470 > 0.05$ . Simultaneously (Test F) can predict that variable or simultaneously can predict variables that influence age, education and income have no effect on consumer purchase intentions at NBC Ngabar seen based on the value of  $F_{count} > F_{table}$ , namely  $0.257 < 2.79$  with a significance level of  $0.856 > 0, 05$ . As well as from the results of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) the value of R Square is  $0.016 \times 100\% = 1.6\%$ , this means that the influence of the independent variables namely age, education and income simultaneously on the dependent variable namely consumer purchase intention is  $1.6\%$ .*

## MOTTO

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula kikir), dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara demikian.” (Qs. Al-Furqon: 67)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: Almahira, 2019), 520.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penelitian dan penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Mama tercinta, terimakasih atas cintamu, kasih sayang, kesabaran, do'a, motivasi, dan segalanya yang telah diberikan kepada ananda, baik secara moril maupun materiil sehingga alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Almarhum Ayah tersayang, kerinduan ananda pada Bapa hanya bisa ananda titipkan melalui do'a. terimakasih telah memberikan senyuman semangat, kasih sayang, ilmu dan segala hal yang pernah bapa berikan kepada putri kecil bapa ini. Meskipun tak sempat melihat dan mendampingi ananda sampai titik ini, namun do'a selalu terpanjatkan agar diberikan keluasan alam barzah dan dijauhkan dari azab kubur.
3. Mba tersayang, Sofiatun Arifah beserta keluarga kecilnya, terimakasih atas motivasi, nasehat, dan apapun yang diberikan baik materiil maupun moril. Semoga selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan.

4. Mamas dan mba tersayang, Irfan Efendi dan Siti Nurrohmah, terimakasih juga telah memberikan dukungan semangat. Semoga selalu diberikan kesehatan.
5. Sahabat-sahabatku seperjuangan, terimakasih waktunya, kebaikannya, dan segala-galanya, semoga kita kelak dipertemukan lagi dengan sudah mencapai kesuksesan yang telah di impikan.
6. Almamater tercinta Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Pondok Pesantren Walisongo Ngabar.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrohiim

*Alhamdulillah* rabbil 'alamin, segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung *Muhammad Sallallahu 'alaihi wasallam* beserta keluarga dan sahabat-sahabat nya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat pertolongan Allah dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu perkenankan penulis mengucapkan syukur dan terimakasih kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin.
3. Kaprodi Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin.
4. A'ang Yusril M, M.M. selaku pembimbing I dan Fatakhul Huda M. Pd.I. selaku pembimbing II, yang telah membimbing dan mengarahkan dengan tulus dan ikhlas, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
5. Kepada NBC Ngabar yang telah memberikan izin penelitian.
6. Dosen-dosen dan seluruh Civitas Akademika Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin.

7. Serta terkhusus orangtua peneliti yang selalu memberikan dorongan dan dukungan demi terwujudnya skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti berharap kepada peneliti yang ingin mengembangkan penelitian ini agar dapat memperbaiki kekurangan dan kelemahan yang ada dalam penelitian ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Ponorogo, 04 Juli 2023

Penulis

Fitri Rokhmatun Khasanah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	4
D. Tujuan Masalah .....	5
E. Manfaat Masalah .....	5
F. Sistematika Pembahasan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI, TELAHAH HASIL PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR, DAN PENGAJUAN HIPOTESIS.....</b>	<b>8</b>
A. Landasan Teori .....	8
1. Niat Beli Konsumen.....	8
2. Umur .....	13
3. Pendidikan.....	15
4. Pendapatan .....	16
5. Produk .....	18
B. Telaah Hasil Penelitian Terdahulu .....	21
C. Kerangka Berpikir.....	26
D. Pengajuan Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Rancangan Penelitian .....	29

B. Populasi dan Sampel .....	29
C. Instrumen Pengumpulan Data .....	29
D. Teknik Pengumpulan Data .....	31
E. Teknik Analisis Data .....	32
1. Uji Kualitas Data .....	32
a. Uji Validitas .....	32
b. Uji Reliabilitas .....	34
2. Uji Asumsi Klasik .....	36
a. Uji Normalitas .....	36
b. Uji Autokorelasi .....	37
3. Uji Hipotesis .....	38
a. Uji t .....	38
b. Uji F .....	38
c. Uji Koefisien Determinan (R-Square) .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	41
B. Deskripsi Data .....	43
1. Karakteristik Responden .....	43
a. Responden berdasarkan jenis kelamin .....	43
b. Responden berdasarkan umur .....	44
c. Responden berdasarkan pendidikan .....	45
d. Responden berdasarkan pendapatan .....	46
2. Hasil Pengujian Data Penelitian .....	48
a. Hasil uji berdasarkan variabel X .....	48
b. Hasil uji berdasarkan variabel Y .....	49
C. Analisis Data (Pengujian Hipotesis) .....	51
1. Uji Kualitas Data .....	51
a. Uji Validitas .....	51
1) Validitas Instrumen Umur, Pendidikan dan Pendapatan (X) .....	53
2) Validitas Instrumen Niat Beli Konsumen (Y) .....	54
b. Uji Reliabilitas .....	54
2. Uji Asumsi Klasik .....	56
a. Uji Normalitas .....	56
b. Uji Autokorelasi .....	59
3. Uji Hipotesis .....	60
a. Uji t .....	60
1) Umur (X1) .....	62
2) Pendidikan (X2) .....	63
3) Pendapatan (X3) .....	63
b. Uji F .....	63

c. Uji Koefisien Determinan (R-Square) .....	65
D. Pembahasan dan Interpretasi .....	67
1. Pengaruh Umur terhadap Niat Beli Konsumen.....	67
2. Pengaruh Pendidikan terhadap Niat Beli Konsumen.....	68
3. Pengaruh Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen.....	69
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	23
2.2	Kerangka Berpikir	27
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2	Responden Berdasarkan Umur	44
4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan	45
4.4	Responden Berdasarkan Pendapatan	47
4.5	Hasil Uji Berdasarkan Variabel X	48
4.6	Hasil Uji Berdasarkan Variabel Y	50
4.7	Hasil Uji Validitas X	53
4.8	Hasil Uji Validitas Y	54
4.9	Hasil Uji Reliabilitas	56
4.10	Hasil Uji Normalitas	58
4.11	Hasil Uji Autokorelasi	60
4.12	Hasil Uji t (Parsial)	62
4.13	Hasil Uji F	65
4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	66

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Surat izin penelitian	76
2.	Surat Keterangan telah melakukan penelitian	77
3.	Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi	78
4.	Lembar Perencanaan penyelesaian Skripsi	79
5.	Kuesioner Penelitian	80
6.	Tabulasi Data Variabel X1	82
7.	Tabulasi Data Variabel X2	83
8.	Tabulasi Data Variabel X3	84
9.	Tabulasi Data Variabel Y	85
10.	Hasil Uji Validitas X1,X2,X3	87
11.	Hasil Uji Validitas Y	88
12.	Hasil Uji Reliabilitas X1,X2,X3	89
13.	Hasil Uji Reliabilitas Y	89

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Saat ini pusat-pusat perbelanjaan modern seperti minimarket, supermarket, sampai pasar dan toko modern raksasa seperti swalayan semakin bertambah banyak. Selain itu pusat-pusat perbelanjaan pun juga mengalami perkembangan dan perubahan yang pesat, bahkan juga mengalami apa yang namanya pergeseran fungsi. Misalnya kita bisa lihat bahwa setiap hari konsumen selalu melakukan kegiatan berbelanja agar dapat memenuhi kebutuhannya. Antara lain terhadap umur, pendidikan dan pendapatan konsumen itu sendiri.

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.<sup>2</sup> Perilaku konsumen dapat didenifisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.<sup>3</sup>

Usia adalah waktu sejak dilahirkan sampai dilaksanakannya penelitian yang dinyatakan dengan tahun. Usia > 20 tahun dinamakan

---

<sup>2</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), 5.

<sup>3</sup>Basu Swastha dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*, (Yogyakarta: BPFE UGM, 2000), 10.

remaja, dimana menurut piaget secara psikologi, masa remaja adalah usia dimana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa dan termasuk juga perubahan intekektual yang mencolok. Pada masa remaja terjadi perubahan sikap dan prilaku, sebagian besar remaja bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan. Usia 18-40 tahun dinamakan dewasa dini dimana kemampuan mental mencapai puncaknya dalam usia 20 tahun untuk mempelajari dan menyesuaikan diri pada situasi-situasi baru seperti pada misalnya mengingat hal-hal yang pernah dipelajari, penalaran analogis dan berfikir kreatif. Pada masa dewasa ini sering mencapai puncak prestasi. Usia > 40 tahun dinamakan usia madya dini dimana pada masa tersebut pada akhirnya ditandai perubahan-perubahan jasmani dan mental pada masa ini seseorang tinggal mempertahankan prestasi yang telah dicapainya pada usia dewasa.<sup>4</sup>

Hakikat pendidikan adalah memanusiakan manusia, yaitu suatu proses yang melihat manusia sebagai suatu keseluruhan di dalam eksistensinya. Pernyataan tersebut dapat diperoleh gambaran bahwa dalam proses pendidikan, ada proses belajar dan pembelajaran, sehingga dalam pendidikan jelas terjadi proses pembentukan manusia yang lebih manusia. Proses mendidik dan dididik merupakan perbuatan yang bersifat mendasar (fundamental), karena di dalamnya terjadi proses dan perbuatan yang mengubah serta menentukan jalan hidup manusia.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Hurlock, E.B, *Psikologi Perkembangan*, (Erlanga: Jakarta, 2002), 20.

<sup>5</sup>H.A.R. Tilaar, *Membenahi Pendidikan Nasional*, (Jakarta: PT. Rineka Cipt 2002), 435.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam seminggu dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.<sup>6</sup>

Pengertian niat beli mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.<sup>7</sup>

Ngabar *Business Center* merupakan sebuah *minimarket* yang dimana berada dibawah naungan Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, jika dilihat kasat mata, salah satunya memiliki citra perusahaan/*brandimage* yang berbasis dengan standar keislaman di dalamnya. Jika suatu perusahaan memiliki suatu citra yang baik bagi pelanggan atau konsumen, maka suatu perusahaan mampu memberikan pengaruh yang baik. Pengaruh tersebut menjadikan konsumen selalu berdatangan ke *minimarket* tersebut dan ramai di datangi oleh konsumen. Hal tersebut pun tidak terlepas dari pemberian kualitas pelayanan. Terkait dengan pemberian kualitas pelayanan, pemberian pelayanan yang menjadikan konsumen senang untuk berbelanja di *minimarket* tersebut.

---

<sup>6</sup>Bui, My H, *Environmental Marketing : A Model Of Consumer Behavior*,(Loyola University New Orleans. Association of Collegiate Marketing Educators pp,2005), 20.

<sup>7</sup>Basu Swastha DH,*Asas-asas marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), 251.

Hal tersebut merupakan salah satu hal positif untuk memajukan *minimarket* tersebut. Namun, jika berbanding dengan realita, maka dimungkinkan dalam pemberian kualitas layanan tersebut masih kurang. Hal tersebut dapat mempengaruhi niat beli konsumen dalam melakukan transaksi di *minimarket* tersebut.

## **B. BATASAN MASALAH**

Berdasarkan pada penelitian ini peneliti membatasi pada segi ekonomi bukan pada faktor lainnya, yaitu sebagai berikut pada:

1. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat dan mahasiswa yang berdomisili di Desa Ngabar, Kec. Siman dalam melakukan pembelian secara langsung di NBC Ngabar.
2. Penelitian ini ditinjau dari faktor pribadi pada teori niat beli Konsumen yaitu umur, pendidikan, dan pendapatan pada saat ini.
3. Penelitian ini hanya melingkupi ruang Ekonomi, yang berhubungan langsung dengan perilaku masyarakat Desa Ngabar saat berbelanja di NBC Ngabar, yaitu pengaruh umur, pendidikan, dan pendapatan dalam mempengaruhi niat beli konsumen.
4. Penelitian ini dibatasi berdasarkan usia, dimana pengambilan sampel pada usia yang produktif dalam melakukan belanja yaitu dari usia dari 20-50 tahun.

## **C. RUMUSAN MASALAH**

Berkaitan dengan pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan, menjadi suatu pertanyaan bagaimana variabel x yang disebutkan dapat

mempengaruhi variabel Y, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Umur Berpengaruh terhadap Niat Beli Konsumen di NBC Ngabar ?
2. Apakah Pendidikan Berpengaruh terhadap Niat Beli Konsumen di NBC Ngabar ?
3. Apakah Pendapatan Berpengaruh terhadap Niat Beli Konsumen di NBC Ngabar ?

#### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Berkaitan dengan rumusan masalah maka diperlukan juga tujuan dari Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh umur terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar.
2. Untuk mengetahui pengaruh pendidikan terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar.
3. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar.

#### **E. MANFAAT PENELITIAN**

Dengan adanya tujuan penelitian, adapun hal-hal yang diambil dari penelitian ini yaitu manfaat penelitian ini adalah

1. Manfaat penelitian yang bersifat teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap keilmuan dan dapat memperluas pengetahuan sertawawasan penulis tentang manajemen pemasaran.

## 2. Manfaat penelitian yang bersifat praktis

### a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian sebagai informasi bagi suatu perusahaan untuk menentukan kebijakan pemasaran yang efektif dan efisien.

### b. Bagi Akademik

Hasil penelitian dapat dijadikan sumber informasi pada penelitian selanjutnya. Juga penelitian ini bermaksud sebagai suatu syarat memenuhi tugas akhir penulis guna memperoleh gelar S.H di Fakultas Hukum Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin.

### c. Bagi peneliti yang akan datang

Hasil penelitian sebagai aplikasi atas pengetahuan yang telah didapat selama dahulu dibangku kuliah, selain itu sebagai bahan wawasan dan pengalaman baru yang nantinya dapat dijadikan modal dalam meningkatkan proses belajar sesuai dengan disiplin ilmu.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah penulisan dan pembahasan dalam laporan penelitian ini, maka penulis menentukan sistematika pembahasan menjadi lima bab, adapun sistematikanya sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam pendahuluan ini memuat Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

## **BAB II LANDASAN TEORI, TELAHAH HASIL PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR, DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

Dalam bab ini memuat Landasan Teori, Telaah Hasil Penelitian Terdahulu, Kerangka Berpikir dan Pengajuan Hipotesis.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini Berisi tentang Rancangan Penelitian, (Populasi, Sampel, dan Responden), Instrumen Pengumpulan Data, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang Gambaran Umum Lokasi Penelitian, Deskripsi Data, Analisis Data (Pengujian Hipotesis), Pembahasan dan Interpretasi.

## **BAB V PENUTUP**

Penutup merupakan bagian akhir dari laporan penelitian yang berisi Kesimpulan dan Saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI ATAU TELAAH HASIL PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR DAN PENGAJUAN HIPOTESIS**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Niat Beli Konsumen**

Pengertian niat beli mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

##### **a. Definisi Niat Pembelian**

Niat membeli sering kali digunakan untuk menganalisa perilaku konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya akan mengumpulkan informasi tentang produk yang didasarkan pada pengalaman pribadi maupun informasi yang berasal dari lingkungannya. Setelah informasi dikumpulkan maka konsumen akan mulai melakukan penilaian terhadap produk, melakukan evaluasi serta membuat keputusan pembelian setelah membandingkan produk serta mempertimbangkannya.

Niat beli berkaitan erat dengan keputusan pembelian konsumen, niat digunakan untuk memprediksi kecenderungan seseorang akan melakukan atau tidak melakukan perilaku membeli. Niat merupakan kecenderungan atau keinginan yang kuat pada

individu untuk melakukan perilaku tertentu. Niat merupakan indikasi dari seberapa kuat keinginan individu untuk mewujudkan suatu perilaku, dengan kata lain semakin kuat keinginan individu tersebut semakin besar kemungkinan suatu perilaku diwujudkan.

Niat beli merupakan keinginan konsumen untuk berperilaku dengan cara tertentu yang bertujuan untuk memiliki, membuang, dan menggunakan barang ataupun jasa.<sup>8</sup> Niat beli sering disebut dengan komponen konatif pada sikap yang berkaitan dengan kemungkinan konsumen untuk membeli produk tertentu.<sup>9</sup>

Niat pembelian merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap obyek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.<sup>10</sup> Beberapa pengertian dari niat pembelian adalah sebagai berikut:

- 1) Niat beli juga mengindikasikan seberapa jauh orang mempunyai kemauan untuk membeli.
- 2) Niat beli menunjukkan pengukuran kehendak seseorang dalam membeli.
- 3) Niat beli berhubungan dengan perilaku membeli yang terus-menerus.

---

<sup>8</sup>C. Mowen, John dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Erlangga, 2002), 315.

<sup>9</sup>Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L, *Consumer Behavior*,(England: Pearson Education Limited, 2015).

<sup>10</sup>Assael, H,*Consumer Behaviour and Marketing Action*, Boston : Kent Publishing,1995.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa niat merupakan kecenderungan atau keinginan individu atau konsumen untuk melakukan suatu perilaku tertentu.<sup>11</sup>

b. Indikator Niat Pembelian

Niat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Transaksional Yaitu keinginan atau kecenderungan seseorang untuk membeli produk tertentu, hal ini bermaksud konsumen telah memiliki niat untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu yang ia inginkan.
- 2) Referensial Yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain, hal ini bermaksud seorang konsumen yang telah memiliki niat untuk membeli akan menyarankan atau merekomendasikan orang terdekatnya untuk juga melakukan pembelian produk yang sama.
- 3) Preferensial Yaitu niat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi (pilihan) utama pada produk tersebut.
- 4) Eksploratif Niat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya

---

<sup>11</sup>Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Edisi Kedua, (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2007), 49.

dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.<sup>12</sup>

c. Faktor Pengontrol Niat Pembelian

Faktor yang membuat seseorang dapat mencapai tujuan atau mewujudkan sebuah perilaku. Faktor tersebut adalah sebagai berikut:

1) Faktor Internal

Faktor internal menyangkut faktor didalam diri individu yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menampilkan suatu perilaku tertentu.

a) Informasi, keterampilan dan kemampuan Seseorang yang memiliki intensi untuk melakukan sebuah perilaku akan mencari informasi, keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan perilaku tertentu.

b) Emosi dan kompulsi Ketidacukupan keterampilan, kemampuan dan informasi menyebabkan masalah kontrol perilaku, tetapi dapat diasumsikan bahwa masalah ini dapat diatasi. Namun sebaliknya, beberapa tipe perilaku adalah subyek yang memaksa yang terlihat jauh diluar kontrol.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini menyangkut faktor diluar individu yang mempengaruhi kontrol seseorang terhadap perilaku yang akan

---

<sup>12</sup>Ferdinand, Augusty, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002), 129.

dilakukannya. Faktor ini menentukan faktor apa yang memfasilitasi atau mengintervasi perilaku.

a) Kesempatan Kurangnya kesempatan dapat mengurangi untuk mewujudkan suatu perilaku. Dalam keadaan seperti ini seseorang berusaha untuk mewujudkan intensi namun gagal karena keadaan lingkungan sekitar menghalanginya. Walaupun intensi langsung akan terpengaruh, keinginan dasar untuk melakukan sebuah perilaku tidak harus diubah. Lingkungan menghambat perilaku untuk mewujudkan perilaku dan akan memaksa untuk merubah rencana, namun tidak terlalu dapat merubah intensi seseorang.

b) Ketergantungan pada yang lain Pada saat perwujudan perilaku tergantung pada tindakan orang lain, ada potensi kontrol yang tidak sempurna terhadap perilaku atau tujuan. Sebuah kontrol baik mengenai ketergantungan perilaku adalah kasus kerjasama. Seseorang akan bisa bekerja sama dengan orang lain hanya jika orang tersebut juga berkeinginan untuk bekerja sama.

Sama seperti waktu dan kesempatan, ketidakmampuan untuk berperilaku sesuai dengan intensi dikarenakan ketergantungan pada kebutuhan seseorang sesuai dengan intensi dikarenakan ketergantungan pada kebutuhan seseorang tidak mempengaruhi intensi dan motivasi. Seseorang yang

menghadapi kesulitan yang berhubungan dengan ketergantungan interpersonal dapat membentuk perilaku yang diinginkan dalam kerjasama dengan rekan yang berbeda. Namun, hal ini tidak dapat terus menerus menjadi penyebab sebuah tindakan.

Singkatnya, kekurangan dan ketergantungan pada orang lain hanya membawa pada perubahan yang sementara pada intensi. Ketika lingkungan menolak terwujudnya sebuah perilaku, seseorang akan menunggu untuk kesempatan yang lebih baik lagi.<sup>13</sup>

## 2. Umur

Usia adalah waktu sejak dilahirkan sampai dilaksanakannya penelitian yang dinyatakan dengan tahun. Usia > 20 tahun dinamakan remaja, dimana menurut piaget secara psikologi, masa remaja adalah usia dimana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa dan termasuk juga perubahan intekektual yang mencolok. Pada masa remaja terjadi perubahan sikap dan prilaku, sebagian besar remaja bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan. Usia 18-40 tahun dinamakan dewasa dini dimana kemampuan mental mencapai puncaknya dalam usia 20 tahun untuk mempelajari dan menyesuaikan diri pada situasi-situasi baru seperti pada misalnya mengingat hal-hal

---

<sup>13</sup>Ajzen, I. *Attitudes, Personality, and Behavior*. 2nd Edition. New York: Open University Press, 2005).

yang pernah dipelajari, penalaran analogis dan berfikir kreatif. Pada masa dewasa ini sering mencapai puncak prestasi. Usia > 40 tahun dinamakan usia madya dini dimana pada masa tersebut pada akhirnya ditandai perubahan-perubahan jasmani dan mental pada masa ini seseorang tinggal mempertahankan prestasi yang telah dicapainya pada usia dewasa.<sup>14</sup>

Umur atau usia adalah satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup maupun yang mati. Semisal, umur manusia dikatakan lima belas tahun diukur sejak dia lahir hingga waktu umur itu dihitung. Oleh yang demikian, umur itu diukur dari tarikh ianya lahir sehingga tarikh semasa (masa kini). Manakala usia pula diukur dari tarikh kejadian itu bermula sehinggalah tarikh semasa (masa kini). Umur dewasa terbagi atas:

- a. Dewasa awal (early adulthood) 21-40 tahun
- b. Dewasa madya (middle adulthood) 40-60 tahun
- c. Usia lanjut (later adulthood) 60 tahun keatas

Usia kronologis adalah perhitungan usia yang dimulai dari saat kelahiran seseorang sampai dengan waktu penghitungan usia. Usia mental adalah perhitungan usia yang didapatkan dari taraf kemampuan mental seseorang. Misalkan seorang anak secara kronologis berusia empat tahun akan tetapi masih merangkak dan belum dapat berbicara dengan kalimat lengkap dan menunjukkan kemampuan yang setara

---

<sup>14</sup>Ibid, 2

dengan anak berusia satu tahun, maka dinyatakan bahwa usia mental anak tersebut adalah satu tahun. Usia biologis adalah perhitungan usia berdasarkan kematangan biologis yang dimiliki oleh seseorang.

### 3. Pendidikan

Hakikat pendidikan adalah memanusiakan manusia, yaitu suatu proses yang melihat manusia sebagai suatu keseluruhan di dalam eksistensinya. Pernyataan tersebut dapat diperoleh gambaran bahwa dalam proses pendidikan, ada proses belajar dan pembelajaran, sehingga dalam pendidikan jelas terjadi proses pembentukan manusia yang lebih manusia. Proses mendidik dan dididik merupakan perbuatan yang bersifat mendasar (fundamental), karena di dalamnya terjadi proses dan perbuatan yang mengubah serta menentukan jalan hidup manusia.<sup>15</sup>

Pendidikan adalah merupakan upaya manusia dewasa membimbing manusia yang belum dewasa kepada kedewasaan. Pendidikan ialah usaha menolong anak untuk melaksanakan tugastugas hidupnya, agar bisa mandiri, akil-baliq dan bertanggung jawab secara susila. Pendidikan adalah usaha mencapai penentuan diri susila dan tanggung jawab. Tujuan Pendidikan untuk Pendewasaan diri, dengan ciri-cirinya yaitu: kematangan berpikir, kematangan emosional, memiliki harga diri, sikap dan tingkah laku yang dapat diteladani serta kemampuan pengevaluasian diri. Kecakapan atau sikap mandiri, yaitu dapat

---

<sup>15</sup>Ibid, 3

ditandai pada sedikitnya ketergantungan pada orang lain dan selalu berusaha mencari sesuatu tanpa melihat orang lain.

Istilah pendidikan mengandung fungsi yang luas dari pemelihara dan perbaikan kehidupan suatu masyarakat, terutama membawa warga masyarakat yang baru mengenal tanggung jawab bersama di dalam masyarakat. Jadi pendidikan adalah suatu proses yang lebih luas daripada proses yang berlangsung di dalam sekolah saja. Pendidikan adalah suatu aktivitas sosial yang memungkinkan masyarakat tetap ada dan berkembang di dalam masyarakat yang kompleks.

#### 4. Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam seminggu dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.<sup>16</sup>

Upah dan gaji yang biasa disebut dalam istilah asing *wages and salaries* merupakan pendapatan yang diperoleh rumah tangga keluarga sebagai imbalan terhadap penggunaan jasa sumber tenaga kerja yang mereka gunakan dalam pembentukan produk nasional. Pendapatan

---

<sup>16</sup>Ibid, 3

adalah sama dengan pengeluaran. Pendapatan yang dicapai oleh jangka waktu tertentu senantiasa sama dengan pengeluaran jangka waktu tersebut. Pendapatan senantiasa harus sama dengan pengeluaran karena kedua istilah ini menunjukkan hal yang sama hanya dipandang dari sudut pandang lain. Makin tinggi pendapatan perseorangan akan makin sedikit anggota masyarakat yang memilikinya, yang terbanyak menempati ruangan pendapatan yang rendah. Besarnya pendapatan perseorangan akan tergantung pada besarnya bantuan produktif dari orang atau faktor yang bersangkutan dalam proses produksi.

Perbedaan dalam tingkat pendapatan adalah disebabkan oleh adanya perbedaan dalam bakat, kepribadian, pendidikan, latihan dan pengalaman. Ketidaksamaan dalam tingkat pendapatan yang disebabkan oleh perbedaan hal-hal ini biasanya dikurangi melalui tindakan-tindakan pemerintah yaitu melalui bantuan pendidikan seperti beasiswa dan pemberian bantuan kesehatan. Tindakan-tindakan pemerintah ini cenderung menyamakan pendapatan riil. Pendapatan uang adalah upah yang diterima dalam bentuk rupiah dan sen. Pendapatan riil adalah upah yang diterima dalam bentuk barang/jasa, yaitu dalam bentuk apa dan berapa banyak yang dapat dibeli dengan pendapatan uang itu. Yang termasuk pendapatan riil adalah keuntungan-keuntungan tertentu seperti jaminan pekerjaan, harapan untuk memperoleh pendapatan tambahan, bantuan pengangkutan, makan siang, harga diri yang dikaitkan dengan pekerjaan, perumahan,

pengobatan dan fasilitas lainnya. Besarnya pendapatan perseorangan akan tergantung pada besarnya bantuan produktif dari orang atau faktor yang bersangkutan dalam proses produksi.

## 5. Produk

### a. Pengertian produk

Produk adalah suatu yang bersifat kompleks, yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, yang di dalamnya termasuk kemasan, harga, prestise perusahaan dan pelayanan jasa perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

Kemudian produk sendiri diklasifikasikan menjadi 2, yaitu jasa dan barang. Produk jasa hanya dapat dirasakan (*intangible*), sedangkan produk barang bisa dilihat dan dirasakan (*tangible*).<sup>17</sup>

Menurut Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>18</sup>

Klasifikasi Produk dibagi menjadi beberapa kelompok, seperti:

- 1) Produk berdasarkan ketahanannya (*Durability*) dan Keberwujudannya (*Tangibility*)
  - a) Barang-barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang-barang yang berwujud yang biasanya dikonsumsi

---

<sup>17</sup> Arief Rakhman Kurniawan, *Total Marketing*, (Yogyakarta:Kobis, 2014), 18.

<sup>18</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), 69.

dalam satu atau beberapa kali penggunaan, seperti sabun, pasta gigi, makanan, soft drink dan lain-lain.

- b) Barang tahan lama (*durable goods*) adalah barang-barang berwujud yang biasanya dapat digunakan untuk waktu yang lama, seperti lemari pendingin, mesin foto copy, pakaian dan lain-lain.
- c) Jasa (*services*) adalah produk yang tidak berwujud, tak terpisahkan, bervariasi dan dapat musnah, seperti salon, nasihat hukum dan perbaikan peralatan.

## 2) Produk Konsumen

- a) Barang sehari-hari (*convenience goods*), konsumen biasanya sering membeli barang sehari-hari dengan segera dan usaha minimum, misalnya makanan, minuman, dan sebagainya.
- b) Barang belanja (*shopping goods*), adalah barang yang secara karakteristik dibandingkan oleh konsumen berdasarkan kecocokan, kualitas, harga dan gaya. Misalnya pakaian, sepatu, kosmetik dan sebagainya.
- c) Barang khusus (*specialty goods*), mempunyai karakteristik atau identifikasi merek yang unik dimana ada cukup pembeli yang bersedia melakukan usaha pembelian khusus. Misalnya sepeda motor, mobil, handphone mewah dan sebagainya.

d) Barang yang tidak dicari (*unsought goods*), adalah barang yang tidak dikenal konsumen atau biasanya tidak terpikirkan untuk dibeli.

### 3) Produk Industri

a) Bahan dan suku cadang (*materials and parts*) adalah barang yang seluruhnya menjadi bagian dari produk produsen. Misalnya produk dari hasil pertanian yaitu kapas, gandum, beras dan sebagainya.

b) Barang modal (*capital items*) adalah barang tahan lama yang memfasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi. Misalnya bangunan pada instalasi pabrik yaitu kantor, tempat bangunan produksi, mesin produksi dan sebagainya.

c) Layanan bisnis dan pasokan (*supplies and business service*) adalah barang dan jasa jangka pendek yang memfasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi.<sup>19</sup> Misalnya supplies, yaitu suatu perlengkapan dalam operasi produksi. Contohnya pelumas mesin, bahan bakar mesin, alat tulis dan sebagainya.

## **B. Telaah Landasan Penelitian Terdahulu**

Dalam melakukan suatu penelitian, maka penelitian terdahulu menjadi penting sebagai tolak ukur dan pembuktian bahwasanya penelitian yang dilakukan sekarang memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu.

---

<sup>19</sup> Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi ke-13*, (Jakarta:Erlangga, 2008), 4-7.

1. Made Mahesa Mahendra, dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar”, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Udayana(Unud), Bali, Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa factor demografi yang terdiri dari: usia, pendidikan, dan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap niat membeli produk.
2. Satrio Adi Setiawan, 2010, dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Umur, Pendidikan, Pendapatan, Pengalaman Kerja Dan Jenis Kelamin Terhadap Lama Mencari Kerja Bagi Tenaga Kerja Terdidik Di Kota Magelang”, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel umur, Pendidikan, Pendapatan, Pengalaman Kerja Dan Jenis Kelamin berpengaruh Terhadap Lama Mencari Kerja Bagi Tenaga Kerja Terdidik Di Kota Magelang. Dari lima variabel yang diteliti, variabel pendapatan merupakan variabel paling dominan dalam mempengaruhi lama mencari kerja bagi tenaga kerja terdidik di Kota Magelang.
3. Salis Afrilianti, 2019, dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Minimarket Desa Ngabar Ponorogo”, Mahasiswa Fakultas Hukum Ekonomi Syari’ah Institut Agama Islam Negeri, Ponorogo. Hasil penelitian ini Berdasarkan pengujian, menunjukkan bahwa secara parsial variabel *brand image* (X1) tidak berpengaruh rata-rata terhadap

kepuasan konsumen (Y). variabel kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Namun secara simultan atau bersama-sama, variabel *brand image* (X1) dan kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kewajiban kepuasan konsumen (Y).

4. Sri Sundari, 2022, dalam skripsinya yang berjudul "Pengaruh Pendapatan dan Minat Beli terhadap Perilaku Belanja Online pada Masyarakat Kota Bandar Lampung Dimasa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam", Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan dan minat beli memiliki pengaruh dalam perilaku belanja online, terutama dimasa pandemic Covid-19.
5. Benita Fitriana, 2015, dalam skripsinya yang berjudul "Pengaruh Usia, Pendidikan, Pendapatan, Faktor Sosial, Budaya, Pribadi, dan Motivasi terhadap Persepsi Konsumsi Pangan Pokok Non Beras Di Wilayah Jakarta Barat", Mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh, Jakarta. Hasil penelitian ini bahwa Usia, Pendidikan, Pendapatan, Faktor Sosial, Budaya, Pribadi, dan Motivasi mempunyai pengaruh secara nyata secara bersama-sama terhadap Persepsi Konsumsi Pangan Pokok Non Beras Di Wilayah Jakarta Barat.

Tabel 2.1

## Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Tahun Penelitian, Judul Penelitian, Asal Lembaga	Persamaan	Perbedaan
1.	Made Mahesa Mahendra, dalam skripsinya yang berjudul <b>“Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar”</b> , Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Udayana(Unud), Bali, Indonesia. <sup>20</sup>	Teori yang akan dibahas tentang Manajemen dan Variabel x.	Usia, pendidikan, dan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap niat membeli produk.
2.	Satrio Adi Setiawan, 2010, dalam skripsinya yang berjudul <b>“Pengaruh Umur, Pendidikan, Pendapatan, Pengalaman Kerja</b>	Teori yang akan dibahas tentang Manajemen dan Variabel x.	Umur, Pendidikan, Pendapatan, Pengalaman Kerja Dan Jenis Kelamin

<sup>20</sup> Made Mahesa Mahendra, *Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Udayana(Unud), Bali, Indonesia.

	<b>Dan Jenis Kelamin Terhadap Lama Mencari Kerja Bagi Tenaga Kerja Terdidik Di Kota Magelang</b> ”, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang. <sup>21</sup>		berpengaruh Terhadap Lama Mencari Kerja Bagi Tenaga Kerja Terdidik Di Kota Magelang.
3.	Salis Afrilianti, 2019, dalam skripsinya yang berjudul <b>“Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Minimarket Desa Ngabar Ponorogo</b> ”, Mahasiswa Fakultas Hukum Ekonomi Syari’ah Institut Agama Islam Negeri, Ponorogo. <sup>22</sup>	Teori yang akan dibahas tentang Manajemen dan Variabel x.	<i>Brand image</i> (X1) tidak berpengaruh rata-rata terhadap kepuasan konsumen (Y). variabel kualitas layanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).
4.	Sri Sundari, 2022, dalam skripsinya yang berjudul <b>”Pengaruh Pendapatan dan</b>	Teori yang akan dibahas tentang Manajemen dan	Pendapatan dan minat beli memiliki pengaruh dalam

<sup>21</sup>Satrio Adi Setiawan, *Pengaruh Umur, Pendidikan, Pendapatan, Pengalaman Kerja Dan Jenis Kelamin Terhadap Lama Mencari Kerja Bagi Tenaga Kerja Terdidik Di Kota Magelang*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang, 2010.

<sup>22</sup>Salis Afrilianti, *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Minimarket Desa Ngabar Ponorogo*, Skripsi, Fakultas Hukum Ekonomi Syari’ah Institut Agama Islam Negeri, Ponorogo, 2019.

	<p><b>Minat Beli terhadap Perilaku Belanja Online pada Masyarakat Kota Bandar Lampung Dimasa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam</b>”, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung.<sup>23</sup></p>	Variabel x.	<p>perilaku belanja online, terutama dimasa pandemic Covid-19.</p>
5.	<p>Benita Fitriana, 2015, dalam skripsinya yang berjudul <b>“Pengaruh Usia, Pendidikan, Pendapatan, Faktor Sosial, Budaya, Pribadi, dan Motivasi terhadap Persepsi Konsumsi Pangan Pokok Non Beras Di Wilayah Jakarta Barat</b>”, Mahasiswa Fakultas Sains dan</p>	<p>Teori yang akan dibahas tentang Manajemen dan Variabel x.</p>	<p>Usia, Pendidikan, Pendapatan, Faktor Sosial, Budaya, Pribadi, dan Motivasi mempunyai pengaruh secara nyata secara bersama-sama terhadap Persepsi</p>

<sup>23</sup>Sri Sundari, *Pengaruh Pendapatan dan Minat Beli terhadap Perilaku Belanja Online pada Masyarakat Kota Bandar Lampung Dimasa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, 2022.

	Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh, Jakarta. <sup>24</sup>		Konsumsi Pangan Pokok Non Beras Di Wilayah Jakarta Barat.
--	--	--	---

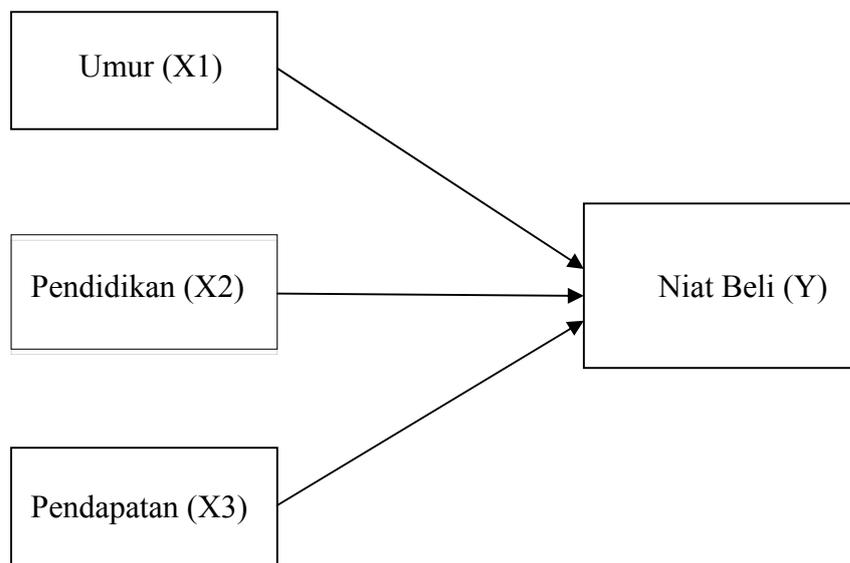
### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir yang baik adalah yang menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini dibuat kerangka berpikir untuk dijadikan pedoman dalam penulisan. Pada akhirnya dapat mengetahui variabel mana yang mempengaruhi terhadap niat beli konsumen memilih NBC Ngabar.

---

<sup>24</sup>Benita Fitriana, *Pengaruh Usia, Pendidikan, Pendapatan, Faktor Sosial, Budaya, Pribadi, dan Motivasi terhadap Persepsi Konsumsi Pangan Pokok Non Beras Di Wilayah Jakarta Barat*, Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh, Jakarta, 2015.

**Tabel 2.2**  
**Kerangka Berpikir**



Berdasarkan landasan teori dan telaah pustaka di atas, dapat diajukan kerangka berfikir penelitian sebagai berikut:

1. Jika umur baik, maka niat beli konsumen akan besar.
2. Jika umur kurang baik, maka niat beli konsumen akan lemah dan sedikit.
3. Jika pendidikan baik, maka tingkat niat beli konsumen akan besar.
4. Jika pendidikan kurang baik, maka tingkat niat beli konsumen akan lemah.
5. Jika pendapatan baik, maka niat beli konsumen akan besar.
6. Jika pendapatan kurang baik, maka niat beli konsumen akan lemah dan sedikit.

7. Jika umur, pendidikan, dan pendapatan baik, maka niat beli konsumen akan kuat dan besar.

#### **D. Pengajuan Hipotesis**

Hipotesis merupakan prediksi atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum termasuk jawaban yang empirik dengan data. Berdasarkan kerangka berfikir, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ha1: Adanya pengaruh umur terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar.

Ho1: Tidak adanya pengaruh umur terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar.

Ha2: Adanya pengaruh pendidikan terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar.

Ho2: Tidak adanya pengaruh pendidikan terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar.

Ha3: Adanya pengaruh pendapatan terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar.

Ho3: Tidak adanya pengaruh pendapatan terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Rancangan Penelitian Dalam sebuah penelitian, bagian yang utama adalah bagaimana membuat sebuah rencana (rancangan penelitian). Dalam rancangan ini, peneliti menggali sejumlah fakta-fakta yang ada di NBC Ngabar, dengan teknik pengumpulan data yang berupa angket, dengan menyebarkan lembaran pertanyaan yang akan diisi oleh konsumen. Setelah sejumlah data terkumpul, data-data tersebut akan di analisis dengan menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan empat variabel, yaitu tiga variabel independen dan satu variabel dependen.

#### **B. Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dan yang berdomisili di Desa Ngabar. Sedangkan teknik sampel yang dipilih adalah menggunakan teknik simple random sampling yaitu memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel penelitian.

#### **C. Instrumen Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini berdasarkan variabel yang ada berjumlah empat instrumen, yaitu :

1. Instrumen untuk mengukur umur.
2. Instrumen untuk mengukur pendidikan.

3. Instrumen untuk mengukur pendapatan.
4. Instrumen untuk mengukur niat beli konsumen.

Dalam rangka memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode/teknik sebagai berikut:

1. Teknik angket/kuesioner Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik dengan cara pengumpulan data secara tidak langsung. Angket berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Sebelum menyusun angket, peneliti hendaknya melakukan beberapa hal, antara lain:
  - a. Merumuskan tujuan yang akan dicapai dengan kuesioner.
  - b. Mengidentifikasi variabel yang akan dijadikan kuesioner.
  - c. Menjabarkan setiap variabel menjadi sub variabel yang lebih spesifik dan tunggal.
  - d. Menentukan jenis data yang akan dikumpulkan sekaligus untuk menentukan teknik analisisnya.<sup>25</sup>

Dalam pembuatan kuesioner digunakan skala pengukuran Likert dengan menggradasikan jawaban dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Angket disusun dalam bentuk pilihan ganda untuk memudahkan responden dalam menentukan jawaban sebagai berikut:

- 1) Sangat setuju (SS) diberi skor 5

---

<sup>25</sup>Tukiran Tanirejda dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, Sebuah Pengantar, (Bandung: Alfabeta, 2014), 44.

- 2) Setuju (S) diberi skor 4
- 3) Netral diberi skor 3
- 4) Tidak Setuju diberi skor 2
- 5) Sangat Tidak Setuju diberi skor 1.<sup>26</sup>

2. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencapai informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumen yang terdapat pada subjek. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental.<sup>27</sup> Data yang diperkuat dalam penelitian ini disertai dengan dokumentasi seperti foto-foto serta dokumen-dokumen NBC Ngabar.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik:

##### 1. Teknik angket/kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik dengan cara pengumpulan data. Angket berisi sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden yang bersangkutan. Dalam penelitian ini, kuesioner bersifat tertutup dimana hanya memilih alternatif jawaban yang tersedia pada kuesioner. Pertimbangan lain karena hasilnya praktis, lebih mudah diolah,

---

<sup>26</sup>Ibid, 23.

<sup>27</sup>Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif* (Yogyakarta:Deepublish Publisher,2020), 59.

responden tidak perlu membuat jawaban berupa kalimat tertulis sehingga mampu menghemat waktu responden dan peneliti.

## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literature, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

## E. Teknik Analisis Data

Metode Pengolahan dan Analisis Data Dalam penelitian kuantitatif, untuk dapat menganalisis data dan mendeskripsikannya dengan beberapa rumus statistik. Dalam perhitungan statistik, alat yang sering digunakan adalah olah data SPSS, karena pengolahan dan analisis data kuantitatif lebih mudah untuk diaplikasikan ke dalam olah SPSS.

Berikut beberapa metode analisis pengukuran yang digunakan, meliputi:

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas (Validity)

Validitas atau kesahihan suatu instrumen adalah ukuran seberapa tepat instrumen mampu menghasilkan data sesuai dengan ukuran yang sesungguhnya yang ingin diukur.<sup>28</sup> Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi

---

<sup>28</sup>Zainal Mustafa, *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 165.

ukurannya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.

Validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk menunjukkan kevalidan pada instrumen penelitian. Pengujian validitas mengarah pada sejauh mana sebuah instrumen dalam menjalankan fungsi. Instrumen dianggap baik jika instrumen dapat dipergunakan untuk mengukur instrumen yang hendak diukur. Untuk pengambilan keputusan pada uji validitas adalah sebagai berikut:<sup>29</sup>

- 1) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka indikator penelitian bersifat valid.
- 2) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dan bernilai negatif, maka indikator penelitian bersifat tidak valid.

Pengujian ini untuk mengamati korelasi total atau untuk mendapatkan konsistensi dari skor item dan skor keseluruhan. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pertanyaan. Koefisien korelasi yang dikatakan valid apabila butir item yang sedang diuji  $> r$ -kritis 0,3 artinya semakin tinggi korelasi itu mendekati angka 1 maka semakin tinggi

---

<sup>29</sup>Slamet Riyanto, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (Yogyakarta:Deepublish Publisher,2020), 63.

pula validitasnya.<sup>30</sup> Pengolahan data dengan SPSS yaitu dengan cara klik menu Analyze > Correlate > Bivariate > OK, hasil dari uji validitas ini dapat dilihat pada table correlations pada kolom Person Correlation.<sup>31</sup>

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata reliability yang mempunyai asal kata rely dan ability. Pengukuran yang memiliki reabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliable. Walaupun reabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, kejajegan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.

Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh dari hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah. Subjek penelitian merupakan kelompok individu yang lain dari pada subjek yang dijadikan dasar pengujian reliabilitas alat ukur semula.

---

<sup>30</sup>Ahmad Syaekhu, *Pengembangan Model Penyuluhan MAD* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), 22.

<sup>31</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23* (Semarang: Badan Penerbit Univeritas Diponegoro, 2013), 54.

Reliabilitas merupakan alat ukur suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam memilih pernyataan hal yang berkaitan dengan pernyataan-pernyataan yang disediakan oleh peneliti yang merupakan uraian dari suatu variabel yang disusun dalam bentuk koesioner. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan lebih dari satu variabel. Output SPSS dalam uji reliabilitas akan dihasilkan bersamaan dengan uji validitas. Namun untuk melihat hasil dari uji reliabilitas terletak pada tabel *Reliability Coefficients*.<sup>32</sup>

Jawaban responden pasti tidak konsisten karena tidak tahu pasti terhadap pertanyaan kuesioner, jawaban yang sepeerti ini pasti tidak reliable, konsistensi jawaban biasanya diuji dengan *Cronbach Alpa*. Secara matematik jika item-item tidak saling berkoleasi maka total variance skala akan sama dengan jumlah variance setiap item.<sup>33</sup>

Pengolahan data dengan SPSS yaitu dengan cara klik menu Analyze > Scale > Reliability Analysis > OK, hasil dari uji reliabilitas ini dapat dilihat pada table Reliability Statistics pada kolom cronbach alpha.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup>Ibid., 75.

<sup>33</sup>Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akutansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial lainnya* (Semarang: Yoga Pratama, 2021), 147.

<sup>34</sup>Ibid., 48-49.

## 2. Uji Asumsi klasik

### a. Uji Normalitas

Sebelum peneliti melakukan analisis data, peneliti terlebih dahulu melakukan uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui bahwa sebaran data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggambarkan bahwa sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi secara normal. Peneliti menggunakan uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov pada SPSS.

Uji Normalitas bertujuan untuk mendapatkan nilai *residual* terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang bernilai baik ialah jika memiliki nilai *residual* yang berdistribusi normal.<sup>35</sup>

Pengolahan data SPSS dengan cara klik menu Analyze > Regression > Linear, akan muncul tampilan tampilan jendela baru lalu pindahkan variabel Y pada kotak sebelah kiri ke kotak Dependent, dan variabel X1, X2, X3 ke kotak Independent dengan mengklik tombol tanda panah. Kemudian pilih Save dan centang pilihan Unstandardized pada bagian Residuals, kemudian pilih Continue dan pada tampilan awal

---

<sup>35</sup>Ibid., 115.

pilih tombol OK, akan menghasilkan variabel baru bernama Unstandardized Residual.<sup>36</sup>

Terdapat dua cara yang dapat digunakan untuk menguji normalitas pada model regresi yaitu dengan cara analisis grafik dan *one sample kolmogrov smirov test*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara *one sample kolmogrov smirov test*. Cara selanjutnya klik Analyze > Nonparametric Tests > Legacy Dialogs > 1-Sample K-S, akan muncul tampilan tabel lalu masukan Unstandardized Res\_2 ke kotak sebelah kanan lalu OK. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel One-Simple Kolmogorov-Smirnov Test.<sup>37</sup>

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).<sup>38</sup> Apabila terjadi korelasi maka menunjukkan adanya problem autokorelasi.

Problem autokorelasi mungkin terjadi pada data rangkaian waktu atau dalam rangkaian silang waktu masalah autokorelasi

---

<sup>36</sup>Andryan Setyadharna, *Uji Asumsi Klasik dengan SPSS 16.0* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2010), 2-4.

<sup>37</sup>Achmad dkk, *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia, Kuisoner dan Analisis Data* (Malang: UIN Maliki Press, 2013), 73.

<sup>38</sup>Toni Wijaya, *Analisis Multivariat Olah Data Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atmajaya, 2010), 54.

jarang terjadi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas autokorelasi. Salah satu yang dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW) test.<sup>39</sup>

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t adalah uji statistik koefisien regresi dengan menguji satu koefisien regresi yang mempengaruhi Y. Uji t digunakan untuk memerinci variabel-variabel independent mana yang memberi pengaruh signifikan terhadap variabel dependent.<sup>40</sup> Dalam hal pengambilan kesimpulannya dari uji t ini ialah dengan melihat nilai sig. dan membandingkan dengan taraf dari kesalahan (5% atau 0,05) yang digunakan pada uji t ialah nilai sig. <0,05 dan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.<sup>41</sup>

Pengolahan data SPSS yaitu dengan cara klik menu Analyze > Regression > Linier > OK. Hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel coefficient pada kolom sig.

#### b. Uji F

Uji f merupakan uji statistik bagi koefisien untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Uji F digunakan untuk menganalisis rancangan percobaan, dimana

---

<sup>39</sup>Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus*, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 134.

<sup>40</sup>Nawari, *Analisis Regresi dengan MS Exsel 2007 dan SPSS 17* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo,2010), 48.

<sup>41</sup>Ibid., 47.

analisis ini selain menganalisis pengaruh secara keseluruhan variabel juga dapat menganalisis dari setiap perlakuan yang terdapat pada setiap variabel yang di teliti. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh dari variabel-variabel tersebut dalam uji F dibutuhkan suatu nilai standar atau nilai tolak ukur yang biasanya sebut dengan nilai F tabel sebagai pembanding.<sup>42</sup>

Suatu varibel dapat dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan jika nilai signifikansi lebih kecil ( $\text{sig} < 0,05$ ) atau apabila nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ . Pengolahan data SPSS yaitu dengan cara klik menu Analyze > Regressioon > Linier > OK. Hasil dari uji ini dapat dilihat pada tabel ANOVA pada kolom sig.<sup>43</sup>

c. Koefisien Determinasi (R-Square)

Menghitung koefisien determinasi (coefficient of determination). Koefisien determinasi menggambarkan proporsi sejauh mana besar pengaruh perubahan variabel bebas pada variabel terikatnya. Koefisien Determinan merupakan angka yang dipergunakan untuk mengetahui kontribusi yang diberikan oleh sebuah variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinan dilambangkan dengan  $R^2$  dengan nilai antara 0 dan 1. Nilai yang kecil diartikan bahwa variasi variabel dependen sangat terbatas dan nilai yang

---

<sup>42</sup>Ali Baroroh, *Trik-trik Analisis Statistik dengan SPSS 15* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo,2008), 79.

<sup>43</sup>Ibid., 47-48.

mendekati nilai 1 diartikan variabel-variabel independen dapat memberi semua informasi yang digunakan untuk memprediksi variabel dependen.<sup>44</sup>

Pengolahan data SPSS yaitu dengan cara klik menu Analyze > Regression > Linier > OK, selanjutnya hasil dari uji koefisien determinan dapat dilihat pada tabel Model Summary pada kolom Adjusted R Square.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup>Surajiyo, Nasruddin dan Herman Paleni, *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori dan Aplikasi(Menggunakan IBM SPSS 22 for Windows)* (Yogyakarta:Beepublish Publisher,2020), 77.

<sup>45</sup>Ibid., 48.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

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

Pondok Pesantren “Wali Songo” Ngabar atau Pondok Ngabar sejak berdiri pada tahun 1961 merupakan lembaga pendidikan islam yang bersifat swasta, dimana segala kebutuhan pembiayaan yang dilaksanakan oleh pesantren yang meliputi pembayaran air, listrik, biaya pendidikan, pengadaan sarana prasarana, pembangunan dan lain sebagainya semua itu bersumber dari keuangan internal. Dan untuk mencukupi semua kebutuhan diatas tentulah pondok membutuhkan sumber penghasilan berupa unit usaha yang mana hasil dari keuntungannya bisa digunakan untuk memenuhi semua kebutuhan pondok.

Salah satu sumber keuangan yang dimiliki pondok adalah Ngabar Bussiness Center (NBC). Yang dulu bernama Walisongo Business Center (WBC) Unit usaha ini pertama kali didirikan 15 tahun yang lalu, ide pendirinya didasarkan keinginan untuk semacam pusat bisnis dan nilai spiritual atau agama. Banyak pusat bisnis tapi tidak banyak yang berlandaskan agama. WBC berdiri dan diresmikan pada tahun 2007 oleh Ketua Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia (MPR-RI) Bapak Dr. H. Hidayat Nur Wahid MA. Akan tetapi pada saat ini nama Walisongo Business Center (WBC) berubah menjadi Ngabar Business Center (NBC) latar belakang perubahan nama ini lebih karena faktor branding (merk dagang). Karena nama Walisongo sudah dipakai banyak

lembaga dan institusi lain sehingga tidak melekat ke Pondok Pesantrennya. Selain itu alasan refreshment (penyegaran) dengan perubahan manajemen dan orientasi bisnisnya WBC menjadi NBC. Perubahan nama ini disahkan pada tanggal 5 bulan Agustus 2017 dan sudah di sahkan oleh Ust. Zaki Su'aidi, Lc. MA selaku ketua Yayasan Pemeliharaan dan Pengembangan Wakaf Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar (YPP-PPWS).

Ngabar *Business Center* merupakan sebuah *minimarket* yang dimana berada dibawah naungan Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, jika dilihat kasat mata, salah satunya memiliki citra perusahaan/*brandimage* yang berbasis dengan standar keislaman di dalamnya. Jika suatu perusahaan memiliki suatu citra yang baik bagi pelanggan atau konsumen, maka suatu perusahaan mampu memberikan pengaruh yang baik. Pengaruh tersebut menjadikan konsumen selalu berdatangan ke *minimarket* tersebut dan ramai di datangi oleh konsumen. Hal tersebut pun tidak terlepas dari pemberian kualitas pelayanan. Terkait dengan pemberian kualitas pelayanan, pemberian pelayanan yang menjadikan konsumen senang untuk berbelanja di *minimarket* tersebut. Hal tersebut merupakan salah satu hal positif untuk memajukan *minimarket* tersebut. Namun, jika berbanding dengan realita, maka dimungkinkan dalam pemberian kualitas layanan tersebut masih kurang. Hal tersebut dapat mempengaruhi niat beli konsumen dalam melakukan transaksi di *minimarket* tersebut.

## B. Deskripsi Data

### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman responden dari responden berdasarkan umur, pendidikan dan pendapatan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

#### a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut ini:

**Tabel 4.1**

#### **Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Keterangan	Jumlah	Persen
LAKI-LAKI	7	13%
WANITA	46	87%
JUMLAH	53	100%

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 4.1 tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 13%, responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar 87%. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden

sebagian besar responden berjenis kelamin wanita yaitu 87%. Hal tersebut dikarenakan banyaknya wanita yang sering berbelanja di NBC Ngabar.

b. Berdasarkan umur

Keragaman responden berdasarkan umur atau usia dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.2**

**Responden Berdasarkan Umur**

Umur	Jumlah	Persentase
<20	8	15%
20-30	23	43%
31-40	8	15%
41-50	9	17%
50>	5	9%
<b>JUMLAH</b>	<b>53 orang</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan karakteristik umur responden pada tabel 4.2 tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berumur dibawah 20 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase sebesar 15%, responden yang berumur antara 20-30 tahun sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar 43%, responden yang berumur antara 31-40 tahun sebanyak

8 orang dengan persentase sebesar 15%, responden yang berumur antara 41-50 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase sebesar 17% dan responden yang berumur lebih dari 50 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 9%. Berdasarkan karakteristik umur responden sebagian besar responden berumur antara 20-30 tahun yaitu 43%. Hal tersebut dikarenakan lokasi yang menjadi studi kasus adalah minimarket dekat dengan kampus IAIRM di desa ngabar, sehingga sebagian besar umur responden masih muda yaitu 20-30 tahun.

c. Berdasarkan Pendidikan

Keragaman responden berdasarkan pendidikan dapat ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut ini:

**Tabel 4.3**

**Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
SD	1	2%
SMP	4	8%
SMA	18	34%
MAHASISWA	25	47%
SARJANA	5	9%
JUMLAH	53	100%

Berdasarkan karakteristik umur responden pada tabel 4.3 tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SD sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 2%, responden yang berpendidikan SMP sebanyak 4 orang dengan persentase sebesar 8%, responden yang berpendidikan SMA sebanyak 18 orang dengan persentase sebesar 34%, responden yang berpendidikan MAHASISWA sebanyak 25 orang dengan persentase sebesar 47% dan responden yang berpendidikan SARJANA sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 9%. Berdasarkan karakteristik pendidikan responden sebagian besar responden yaitu 47%. Hal tersebut dikarenakan lokasi yang menjadi studi kasus adalah minimarket dekat dengan kampus IAIRM di desa ngabar, sehingga sebagian besar pendidikan responden yaitu Mahasiswa.

d. Berdasarkan Pendapatan

Keragaman responden berdasarkan pendapatan dapat ditunjukkan pada tabel 4.4 berikut ini:

**Tabel 4.4****Responden Berdasarkan Pendapatan**

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<200.000	23	43%
300.000-500.000	12	23%
600.000-1.000.000	11	21%
1.000.000-1.500.000	5	9%
1.600.000>	2	4%
<b>JUMLAH</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan karakteristik umur responden pada tabel 4.4 tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berpendapatan dibawah 200.000 sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar 43%, responden yang berpendapatan antara 300.000-500.000 sebanyak 12 orang dengan persentase sebesar 23%, responden yang berpendapatan antara 600.000-1.000.000 sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar 21%, responden yang berpendapatan antara 1.000.000-1.500.000 sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 9% dan responden yang berpendapatan lebih dari 1.600.000 sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar 4%. Berdasarkan karakteristik pendapatan responden sebagian besar responden yaitu 43% . Hal tersebut dikarenakan lokasi yang menjadi studi kasus

adalah minimarket dekat dengan kampus IAIRM di desa ngabar, sehingga sebagian besar pendapatan responden itu dibawah 200.000 dikarenakan mahasiwa.

## 2. Hasil Pengujian Data Penelitian

### a. Hasil Uji Berdasarkan Variabel X

Keragaman hasil pengujian data penelitian berdasarkan variabel X dapat ditunjukkan pada tabel 4.5 berikut ini:

**Tabel 4.5**

#### **Hasil Uji Berdasarkan Variabel X**

<b>No.</b>	<b>Total</b>		<b>Total</b>		<b>Total</b>		<b>Total</b>		<b>Total</b>	
<b>Item</b>	<b>SS</b>	<b>%</b>	<b>S</b>	<b>%</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>TS</b>	<b>%</b>	<b>STS</b>	<b>%</b>
<b>X1</b>	<b>5</b>	<b>9%</b>	<b>9</b>	<b>17%</b>	<b>8</b>	<b>15%</b>	<b>23</b>	<b>43%</b>	<b>8</b>	<b>15%</b>
<b>X2</b>	<b>5</b>	<b>9%</b>	<b>25</b>	<b>47%</b>	<b>18</b>	<b>34%</b>	<b>4</b>	<b>8%</b>	<b>1</b>	<b>2%</b>
<b>X3</b>	<b>2</b>	<b>4%</b>	<b>5</b>	<b>9%</b>	<b>11</b>	<b>21%</b>	<b>12</b>	<b>23%</b>	<b>23</b>	<b>43%</b>

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 didapati bahwa tanggapan responden tentang kuesioner item pernyataan Umur (X1) dengan rincian sebagai berikut: sangat setuju (50<) bernilai persentase 9%, setuju (41-50) bernilai persentase 17%, netral (31-40) bernilai persentase 15%, tidak setuju (20-30) bernilai persentase 43%, dan sangat tidak setuju (<20) bernilai persentase 15%. Pernyataan Pendidikan (X2) dengan rincian sebagai berikut:

sangat setuju (SARJANA) bernilai persentase 9%, setuju (MAHASISWA) bernilai persentase 47%, netral (SMA) bernilai persentase 34%, tidak setuju (SMP) bernilai persentase 8%, dan sangat tidak setuju (SD) bernilai persentase 2%. Pernyataan Pendapatan (X3) dengan rincian sebagai berikut: sangat setuju ( $1.600.000 <$ ) bernilai persentase 44%, setuju ( $1.000.000 - 1.500.000$ ) bernilai persentase 9%, netral ( $600.000 - 1.000.000$ ) bernilai persentase 21%, tidak setuju ( $300.000 - 500.000$ ) bernilai persentase 23%, dan sangat tidak setuju ( $< 200.000$ ) bernilai persentase 43%. Maka dari analisis ini maka dapat disimpulkan bahwa responden lebih dominan menjawab pernyataan Umur (X1) adalah tidak setuju (20-30) yaitu senilai 43%, pernyataan X2 adalah setuju (MAHASISWA) yaitu senilai 47%, pernyataan X3 adalah sangat tidak setuju ( $< 200.000$ ) yaitu senilai 43%.

b. Hasil Uji Berdasarkan Variabel Y

Keragaman hasil pengujian data penelitian berdasarkan variabel Y dapat ditunjukkan pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6

## Hasil Uji Berdasarkan Variabel Y

No.	Total		Total		Total		Total		Total	
Item	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
Y1.1	9	17%	26	49%	17	32%	1	2%	0	0%
Y1.2	3	6%	24	45%	20	38%	5	9%	1	2%
Y1.3	8	15%	30	57%	14	26%	1	2%	0	0%
Y1.4	4	8%	16	30%	22	42%	10	19%	1	2%

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.6 didapati bahwa tanggapan responden tentang kuesioner item pernyataan Niat Beli 1 (Y1.1) dengan rincian sebagai berikut: sangat setuju bernilai persentase 17%, dan setuju bernilai persentase 49%, netral bernilai persentase 32%, tidak setuju bernilai 2%, sangat tidak setuju bernilai persentase 0%. Pernyataan Niat Beli 2 (Y1.2) dengan rincian sebagai berikut: sangat setuju bernilai persentase 6%, dan setuju bernilai persentase 45%, netral bernilai persentase 38%, tidak setuju bernilai 9%, sangat tidak setuju bernilai persentase 2%. Pernyataan Niat Beli 3 (Y1.3) dengan rincian sebagai berikut: sangat setuju bernilai persentase 15%, dan setuju bernilai persentase 57%, netral bernilai persentase 26%, tidak setuju bernilai 2%, sangat tidak setuju bernilai persentase 0%. Pernyataan

Niat Beli 4 (Y1.4) dengan rincian sebagai berikut: sangat setuju bernilai persentase 8%, dan setuju bernilai persentase 30%, netral bernilai persentase 42%, tidak setuju bernilai 19%, sangat tidak setuju bernilai persentase 2%. Maka dari analisis ini maka dapat disimpulkan bahwa responden lebih dominan menjawab pernyataan Y1 adalah setuju yaitu senilai 49%, pernyataan Y2 adalah setuju yaitu senilai 45%, pernyataan Y3 adalah setuju yaitu senilai 57%, pernyataan Y4 adalah netral yaitu senilai 42%.

### C. Analisis Data (Pengujian Hipotesis)

#### 1. Uji Kualitas Data

##### a. Uji Validitas (Validity)

Validitas atau kesahihan suatu instrumen adalah ukuran seberapa tepat instrumen mampu menghasilkan data sesuai dengan ukuran yang sesungguhnya yang ingin diukur.<sup>46</sup> Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.

Validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk menunjukkan kevalidan pada instrumen penelitian. Pengujian validitas mengarah pada sejauh mana sebuah instrumen dalam menjalankan fungsi.

---

<sup>46</sup>Zainal Mustafa, *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 165.

Instrumen dianggap baik jika instrumen dapat dipergunakan untuk mengukur instrumen yang hendak diukur. Untuk pengambilan keputusan pada uji validitas adalah sebagai berikut:<sup>47</sup>

- 1) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka indikator penelitian bersifat valid.
- 2) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dan bernilai negatif, maka indikator penelitian bersifat tidak valid.

Pengujian ini untuk mengamati korelasi total atau untuk mendapatkan konsistensi dari skor item dan skor keseluruhan. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pertanyaan. Koefisien korelasi yang dikatakan valid apabila butir item yang sedang diuji  $> r$ -kritis 0,3 artinya semakin tinggi korelasi itu mendekati angka 1 maka semakin tinggi pula validitasnya.<sup>48</sup>

Uji ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor pertanyaan dengan total skor. Nilai  $r$  tabel dicari dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan alpha atau tingkat signifikan 0,03 atau 3%. Pengolahan data dengan SPSS yaitu dengan cara klik menu Analyze > Correlate > Bivariate > OK, hasil dari uji validitas ini dapat dilihat pada table correlations pada kolom Person Correlation.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup>Slamet Riyanto, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (Yogyakarta:Deepublish Publisher,2020), 63.

<sup>48</sup>Ahmad Syaekhu, *Pengembangan Model Penyuluhan MAD* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), 22.

<sup>49</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23* (Semarang: Badan Penerbit Univeritas Diponegoro, 2013), 54.

## 1) Validitas Instrumen X

**Tabel 4.7****Uji Validitas X**

Variabel	r-tabel	r-hitung	Keterangan
X1	0,233	1.000	Valid
X2	0,233	0,452	Valid
X3	0,233	0,466	Valid

$$Df = n - 2 = 53 - 2 = 51$$

N = Jumlah sampel

$$R \text{ tabel } 51 = 0,233$$

Berdasarkan tabel 4.7 Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen (Y). Setiap variabel X diambil dari 1 item pertanyaan setelah di uji validitas menunjukkan pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian.

## 2) Validitas Instrumen Y

**Tabel 4.8**  
**Uji Validitas Y**

Variabel	r-tabel	r-hitung	Keterangan
Y1.1	0,228	0,761	Valid
Y1.2	0,228	0,706	Valid
Y1.3	0,228	0,767	Valid
Y1.4	0,228	0,739	Valid

Berdasarkan tabel 4.8 Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen (Y). Diambil dari 4 item pertanyaan setelah di uji validitas menunjukkan pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian.

## b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata reliability yang mempunyai asal kata rely dan ability. Pengukuran yang memiliki reabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliable. Walaupun reabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi, dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.

Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh dari hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah. Subjek penelitian merupakan kelompok individu yang lain dari pada subjek yang dijadikan dasar pengujian reliabilitas alat ukur semula.

Reliabilitas merupakan alat ukur suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam memilih pernyataan hal yang berkaitan dengan pernyataan-pernyataan yang disediakan oleh peneliti yang merupakan uraian dari suatu variabel yang disusun dalam bentuk koesioner. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan lebih dari satu variabel. Output SPSS dalam uji reliabilitas akan dihasilkan bersamaan dengan uji validitas. Namun untuk melihat hasil dari uji reliabilitas terletak pada tabel *Reliability Coefficients*.<sup>50</sup>

Jawaban responden pasti tidak konsisten karena tidak tahu pasti terhadap pertanyaan kuesioner, jawaban yang sepeerti ini pasti tidak reliable, konsistensi jawaban biasanya diuji dengan *Cronbach Alpa*. Secara matematik jika item-item tidak saling berkoleasi maka total variance skala akan sama dengan jumlah variance setiap item.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup>Ibid., 75.

<sup>51</sup>Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akutansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial lainnya* (Semarang: Yoga Pratama, 2021), 147.

Pengolahan data dengan SPSS yaitu dengan cara klik menu Analyze > Scale > Reliability Analysis > OK, hasil dari uji reliabilitas ini dapat dilihat pada table Reliability Statistics pada kolom cronbach alpha.<sup>52</sup>

**Tabel 4.9**

**Uji Realibilitas**

Item Pertanyaan	R tabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
X1,X2,X3	0,233	3,325	Reliabel
Y	0,233	0,421	Reliabel

Berdasarkan hasil dari uji reabilitas pada kolom Cronbach's Alpha nilai dari X adalah 3,325 lebih besar dari 0,233 dan nilai Y adalah 0,421 lebih besar dari 0,233 yang berarti hal ini menunjukkan bahwa item-item pernyataan pada kuesioner penelitian dianggap reliabel atau layak.

2. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Sebelum peneliti melakukan analisis data, peneliti terlebih dahulu melakukan uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui bahwa sebaran data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggambarkan bahwa sampel yang

---

<sup>52</sup>Ibid., 48-49.

diambil berasal dari populasi yang berdistribusi secara normal. Peneliti menggunakan uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov pada SPSS.

Uji Normalitas bertujuan untuk mendapatkan nilai *residual* terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang bernilai baik ialah jika memiliki nilai *residual* yang berdistribusi normal.<sup>53</sup>

Pengolahan data SPSS dengan cara klik menu Analyze > Regression > Linear, akan muncul tampilan tampilan jendela baru lalu pindahkan variabel Y pada kotak sebelah kiri ke kotak Dependent, dan variabel X1, X2, X3 ke kotak Independent dengan mengklik tombol tanda panah. Kemudian pilih Save dan centang pilihan Unstandardized pada bagian Residuals, kemudian pilih Continue dan pada tampilan awal pilih tombol OK, akan menghasilkan variabel baru bernama Unstandardized Residual.<sup>54</sup>

Terdapat dua cara yang dapat digunakan untuk menguji normalitas pada model regresi yaitu dengan cara analisis grafik dan *one sample kolmogrov smirov test*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara *one sample kolmogrov smirov test*. Cara selanjutnya klik Analyze > Nonparametric Tests > Legacy Dialogs > 1-Sample K-S, akan muncul tampilan tabel lalu masukan Unstandardized Res\_2 ke kotak sebelah kanan lalu OK. Hasil dari uji

---

<sup>53</sup>Ibid., 115.

<sup>54</sup>Andryan Setyadharna, *Uji Asumsi Klasik dengan SPSS 16.0* (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2010), 2-4.

normalitas dapat dilihat pada tabel One-Simple Kolmogorov-Smirnov Test.<sup>55</sup>

**Tabel 4.10**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		53
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.32511176
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.086
	Negative	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		.634
Asymp. Sig. (2-tailed)		.816
a. Test distribution is Normal.		

<sup>55</sup>Achmad dkk, Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia, Kuisoner dan Analisis Data (Malang: UIN Maliki Press, 2013), 73.

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,816 lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  (berada) dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya).<sup>56</sup> Apabila terjadi korelasi maka menunjukkan adanya problem autokorelasi.

Problem autokorelasi mungkin terjadi pada data rangkaian waktu atau dalam rangkaian silang waktu masalah autokorelasi jarang terjadi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas autokorelasi. Salah satu yang dilakukan dengan uji Durbin Watson (DW) test.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup>Toni Wijaya, *Analisis Multivariat Olah Data Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atmajaya, 2010), 54.

<sup>57</sup>Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus*, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 134.

**Tabel 4.11****Uji Autokorelasi****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.125 <sup>a</sup>	.016	-.045	2.395	1.976

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

b. Dependent Variable: Y

$$N = 53$$

$$D = 1,976$$

$$DL = 1,440$$

$$DU = 1,679$$

$$4 - DL = 4 - 1,440 = 2,56$$

$$4 - DU = 4 - 1,679 = 2,321$$

$$DU < D < 4 - DU$$

$$1,679 < 1,976 < 2,321$$

Kesimpulan (Tidak Terdapat Autokorelasi)

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t adalah uji statistik koefisien regresi dengan menguji satu koefisien regresi yang mempengaruhi Y. Uji t digunakan untuk memerinci variabel-variabel independent mana yang memberi

pengaruh signifikan terhadap variabel dependent.<sup>58</sup> Dalam hal pengambilan kesimpulannya dari uji t ini ialah dengan melihat nilai sig. dan membandingkan dengan taraf dari kesalahan (5% atau 0,05) yang digunakan pada uji t ialah nilai sig. <0,05 dan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.<sup>59</sup>

Pengolahan data SPSS yaitu dengan cara klik menu Analyze > Regression > Linier > OK. Hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel coeficieent pada kolom sig.

$$t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = (0,025 ; 49) = 2,010$$

$$0,05/2 = 0,025$$

$$n \text{ (jumlah sampel)} = 53$$

$$k \text{ (jumlah variabel X)} = 3$$

$$n-k-1 = 53-3-1 = 49$$

---

<sup>58</sup>Nawari, *Analisis Regresi dengan MS Exsel 2007 dan SPSS 17* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo,2010), 48.

<sup>59</sup>Ibid., 47.

**Tabel 4.12**  
**Uji t (Parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.311	2.128		7.197	.000
	X1	-.302	.371	-.156	-.813	.420
	X2	-.202	.472	-.073	-.428	.670
	X3	.250	.343	.125	.728	.470

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 4.12 yang terdapat pada kolom t dan sig dapat didefinisikan masing-masing variabel independen yakni umur, pendidikan dan pendapatan secara individu atau parsial berpengaruh terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar adalah sebagai berikut:

1) Umur (X1)

Variabel umur (X1) sebesar -0,813 hal ini berarti  $t_{hitung} - 0,813 < t_{tabel} 2,010$  dengan signifikan  $0,420 > 0,05$ , sehingga  $H_{a1}$  ditolak dan  $H_{o1}$  diterima. Maka terdapat pengaruh negatif antara umur (X1) terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar.

Artinya, umur secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

## 2) Pendidikan (X2)

Variabel Pendidikan (X2) sebesar -0,428 hal ini berarti  $t_{hitung} -0,428 < t_{tabel} 2,010$  dengan signifikan  $0,670 > 0,05$ , sehingga  $H_{a2}$  ditolak dan  $H_{o2}$  diterima. Maka terdapat pengaruh negatif antara pendidikan (X2) terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar. Artinya, pendidikan secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

## 3) Pendapatan (X3)

Variabel pendapatan (X3) sebesar 0,728 hal ini berarti  $t_{hitung} 0,728 < t_{tabel} 2,010$  dengan signifikan  $0,470 > 0,05$ , sehingga  $H_{a3}$  ditolak dan  $H_{o3}$  diterima. Maka terdapat pengaruh negatif antara pendapatan (X3) terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar. Artinya, pendapatan secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

## b. Uji F

Uji f merupakan uji statistik bagi koefisien untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat). Uji F digunakan untuk menganalisis rancangan percobaan, dimana analisis ini selain menganalisis pengaruh secara keseluruhan variabel juga dapat menganalisis dari setiap perlakuan yang terdapat pada setiap

variabel yang di teliti. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh dari variabel-variabel tersebut dalam uji F dibutuhkan suatu nilai standar atau nilai tolak ukur yang biasanya sebut dengan nilai F tabel sebagai pembanding.<sup>60</sup>

Suatu varibel dapat dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan jika nilai signifikansi lebih kecil ( $\text{sig} < 0,05$ ) atau apabila nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ . Pengolahan data SPSS yaitu dengan cara klik menu Analyze > Regressioon > Linier > OK. Hasil dari uji ini dapat dilihat pada tabel ANOVA pada kolom sig.<sup>61</sup>

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan yang diberikan variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y). Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  atau  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka terdapat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen, dan jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  atau  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel independen secara simultan variabel dependen.

$$F_{\text{tabel}} = F(k ; n-k) = F(3 ; 53-3)$$

$$F_{\text{tabel}} = F(3 ; 50) = 2,79$$

---

<sup>60</sup>Ali Baroroh, *Trik-trik Analisis Statistik dengan SPSS 15* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo,2008), 79.

<sup>61</sup>Ibid., 47-48.

Tabel 4.13

## Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.428	3	1.476	.257	.856 <sup>a</sup>
	Residual	281.120	49	5.737		
	Total	285.547	52			

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

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.13 pada kolom F dan sig. diperoleh besarnya nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $0,257 < 2,79$  dengan tingkat signifikansi  $0,856 > 0,05$  maka hal tersebut menunjukkan bahwa uji hipotesis menolak  $H_a$  dan menerima  $H_o$ . Sehingga secara simultan variabel umur, pendidikan dan pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar.

c. Koefisien Determinasi (R-Square)

Menghitung koefisien determinasi (*coefficient of determination*). Koefisien determinasi menggambarkan proporsi sejauh mana besar pengaruh perubahan variabel bebas pada variabel terikatnya. Koefisien Determinasi merupakan angka yang dipergunakan untuk

mengetahui kontribusi yang diberikan oleh sebuah variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinan dilambangkan dengan  $R^2$  dengan nilai antara 0 dan 1. Nilai yang kecil diartikan bahwa variasi variabel dependen sangat terbatas dan nilai yang mendekati nilai 1 diartikan variabel-variabel independen dapat memberi semua informasi yang digunakan untuk memprediksi variabel dependen.<sup>62</sup>

Pengolahan data SPSS yaitu dengan cara klik menu Analyze > Regression > Linier > OK, selanjutnya hasil dari uji koefisien determinan dapat dilihat pada tabel Model Summary pada kolom Adjusted R Square.<sup>63</sup>

**Tabel 4.14**

**Koefisien Determinasi (R-Square)**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.125 <sup>a</sup>	.016	-.045	2.395

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

<sup>62</sup>Surajiyo, *Nasruddin dan Herman Paleni, Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 for Windows)* (Yogyakarta: Beepublish Publisher, 2020), 77.

<sup>63</sup>Ibid., 48.

Berdasarkan tabel 4.14 *model summary* diketahui nilai *R Square* sebesar  $0,016 \times 100\% = 1,6\%$  hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel independen yakni umur, pendidikan dan pendapatan secara simultan terhadap variabel dependen yakni niat beli konsumen adalah sebesar 1,6%.

#### D. Pembahasan dan Interpretasi

##### 1. Pengaruh Umur Terhadap Niat Beli Konsumen

Dari hasil uji t pada variabel pengaruh umur terhadap niat beli konsumen memiliki nilai t hitung Variabel umur (X1) sebesar -0,813 hal ini berarti  $t_{hitung} -0,813 < t_{tabel} 2,010$  dengan signifikan  $0,420 > 0,05$ , sehingga  $H_{a1}$  ditolak dan  $H_{o1}$  diterima. Maka terdapat pengaruh negatif antara umur (X1) terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar. Artinya, umur secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

Berdasarkan tabel 4.14 *model summary* diketahui nilai *R Square* sebesar 0,16. hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel independen yakni umur, pendidikan dan pendapatan secara simultan terhadap variabel dependen yakni niat beli konsumen adalah sebesar 1,6%.

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian yang telah dilakukan, artinya jika dikaitkan dengan siklus kehidupan responden yang paling banyak pada usia 20-50 tahun merupakan usia dimana tidak mempengaruhi niat beli pada NBC Ngabar.

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh signifikan penelitian ini sesuai dengan penelitian skripsi Benita Fitriana yaitu Usia (X1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan, dengan nilai koefisien -0.030 dan nilai signifikan 0.263. Artinya, apabila usia bertambah sebesar 1 tahun maka persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Jakarta Barat akan mengalami penurunan sebesar -0.030. Nilai  $t_{hitung}$  -1.122 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1.65, tidak berpengaruh tidak signifikan. Jika dikaitkan dengan siklus hidup responden yang paling banyak pada usia <29 tahun merupakan usia dimana wanita masih hidup sendiri atau keluarga muda, pada usia tersebut tidak mempengaruhi usianya untuk mengonsumsi pangan pokok non beras.

## 2. Pengaruh pendidikan terhadap niat beli konsumen

Berdasarkan hasil penelitian Variabel Pendidikan (X2) sebesar -0,428 hal ini berarti  $t_{hitung} -0,428 < t_{tabel} 2,010$  dengan signifikan  $0,670 > 0,05$ , sehingga  $H_{a2}$  ditolak dan  $H_{o2}$  diterima. Maka terdapat pengaruh negatif antara pendidikan (X2) terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar. Artinya, pendidikan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian yang telah dilakukan, artinya jika dikaitkan dengan siklus kehidupan responden pendidikan tidak terlalu mempengaruhi karena masyarakat kebanyakan tidak

menjadikan pendidikan sebagai acuan pembelian suatu produk di NBC Ngabar.

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh signifikan penelitian ini sesuai dengan penelitian skripsi Benita Fitriana yaitu Pendidikan (X2) berpengaruh negatif dan signifikan, dengan nilai koefisien -0.345 dan nilai signifikan 0.003. Artinya, apabila Pendidikan bertambah sebesar 1 tingkat maka persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Jakarta Barat akan mengalami penurunan sebesar -0.345. Nilai  $t_{hitung}$  -2.981 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1.65, tidak berpengaruh tetapi signifikan. Berdasarkan hasil pernyataan responden di Jakarta Barat banyak yang berpendidikan tinggi tetapi tidak berpengaruh akan mengetahui pengetahuan mengenai konsumsi pangan pokok non beras, karena kurangnya pemerintah memberikan informasi yang banyak mengenai pangan pokok non beras.

### 3. Pengaruh pendapatan terhadap niat beli konsumen

Berdasarkan hasil penelitian Variabel pendapatan (X3) sebesar 0,728 hal ini berarti  $t_{hitung}$  0,728 <  $t_{tabel}$  2,010 dengan signifikan 0,470 > 0,05, sehingga  $H_{a3}$  ditolak dan  $H_{o3}$  diterima. Maka terdapat pengaruh negatif antara pendapatan (X3) terhadap niat beli konsumen di NBC Ngabar. Artinya, pendapatan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian yang telah dilakukan, artinya jika dikaitkan dengan siklus kehidupan responden pendapatan

tidak terlalu mempengaruhi karena masyarakat kebanyakan melakukan pembelian di nbc ngabar karena dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seperti adanya promo, sesuai apa yang dibutuhkan dan harga terjangkau.

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh signifikan penelitian ini sesuai dengan penelitian skripsi Benita fitriana yaitu Pendapatan (X3) berpengaruh positif dan tidak signifikan, dengan nilai koefisien 0.107 dan nilai signifikan 0.645. Artinya, apabila Pendapatan bertambah sebesar 1 maka persepsi konsumsi pangan pokok non beras di wilayah Jakarta Barat akan mengalami peningkatan sebesar 0.107. Nilai thitung 0.462 lebih kecil dari ttabel 1.65, tidak berpengaruh dan tidak signifikan. Penjelasan responden atas kesesuaian pendapatannya terhadap harga pangan pokok non beras, menyatakan tidak berpengaruh dengan harga pangan pokok non beras yang ditawarkan terjangkau.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Umur (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen di Nbc Ngabar hal tersebut dibuktikan hasil nilai t hitung Variabel umur (X1) sebesar -0,813 hal ini berarti  $t_{hitung} -0,813 < t_{tabel} 2,010$  dengan signifikan  $0,420 > 0,05$ .
2. Pendidikan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen di Nbc Ngabar hal tersebut dibuktikan hasil nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu Variabel Pendidikan (X2) sebesar -0,428 hal ini berarti  $t_{hitung} -0,428 < t_{tabel} 2,010$  dengan signifikan  $0,670 > 0,05$ .
3. Pendapatan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen di Nbc Ngabar hal tersebut dibuktikan hasil nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu Variabel pendapatan (X3) sebesar 0,728 hal ini berarti  $t_{hitung} 0,728 < t_{tabel} 2,010$  dengan signifikan  $0,470 > 0,05$ .

#### B. Saran

Dari kesimpulan di atas, penulis ingin memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan, beberapa saran tersebut diantaranya:

1. Bagi NBC Ngabar hendaknya lebih banyak melakukan promosi kepada masyarakat, tentang produk-produk yang dimiliki agar pengetahuan dan pemahaman masyarakat menjadi mengenal produk NBC Ngabar,

sehingga dapat mempengaruhi masyarakat untuk memilih berbelanja di NBC Ngabar.

2. Bagi akademik hendaknya menambah kepustakaan lain yang dapat dijadikan sebagai rujukan untuk melakukan penelitian, khususnya di bidang manajemen pemasaran.
3. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya memperbanyak jumlah sampel agar dapat diketahui variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi niat beli konsumen dalam berbelanja di NBC Ngabar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad dkk. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia Kuisisioner dan Analisis Data*. Malang: UIN Maliki Press, 2013.
- Afrilianti, Salis. *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Minimarket Desa Ngabar Ponorogo*. Skripsi. Fakultas Hukum Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri. Ponorogo. 2019.
- Ajzen. *Attitudes, Personality, and Behavior*. 2nd Edition. New York: Open University Press, 2005.
- Assael. *Consumer Behaviour and Marketing Action*. Boston : Kent Publishing, 1995.
- Augusty, Ferdinand. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002.
- Baroroh, Ali. *Trik-trik Analisis Statistik dengan SPSS 15*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2008.
- E.B,Hurlock. *Psikologi Perkembangan*. Erlanga: Jakarta, 2002.
- Fitriana, Benita. *Pengaruh Usia, Pendidikan, Pendapatan, Faktor Sosial, Budaya, Pribadi, dan Motivasi terhadap Persepsi Konsumsi Pangan Pokok Non Beras Di Wilayah Jakarta Barat*, Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh. Jakarta, 2015.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Semarang: Badan Penerbit Univeritas Diponegoro, 2013.
- Ghozali, Imam. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akutansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial lainnya*. Semarang: Yoga Pratama, 2021.
- John, C. Mowen dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga, 2002.
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta: Almahira, 2019.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi ke-13*. Jakarta: Erlangga. 2008.

- Kurniawan, Arief Rakhman. *Total Marketing*. Yogyakarta: Kobis. 2014.
- L. G, Schiffman & Wisenblit, J. L. *Consumer Behavior*. England: Pearson Education Limited, 2015.
- Mahendra, Made Mahesa. *Pengaruh Umur, Pendidikan, dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kosmetik The Body Shop di Kota Denpasar*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana(Unud). Bali. Indonesia.
- Mustafa, Zainal. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- My H, Bui. *Environmental Marketing: A Model Of Consumer Behavior*. Loyola University New Orleans. Association of Collegiate Marketing Educators pp, 2005.
- Nasruddin, Surajiyo dan Herman Paleni. *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 for Windows)*. Yogyakarta:Beepublish Publisher, 2020.
- Nawari. *Analisis Regresi dengan MS Exsel 2007 dan SPSS 17*. Jakarta:PT Elex Media Komputindo,2010.
- Riyanto, Slamet. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperiman*. Yogyakarta: Deepublish Publisher,2020.
- Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2007..
- Setiawan, Satrio Adi. *Pengaruh Umur, Pendidikan, Pendapatan, Pengalaman Kerja Dan Jenis Kelamin Terhadap Lama Mencari Kerja Bagi Tenaga Kerja Terdidik Di Kota Magelang*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang. 2010.
- Setyadharma, Andryan. *Uji Asumsi Klasik dengan SPSS 16.0*. Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2010.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2011.

- Sundari, Sri. *Pengaruh Pendapatan dan Minat Beli terhadap Perilaku Belanja Online pada Masyarakat Kota Bandar Lampung Dimasa Pandemi Covid-19 dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan. Lampung. 2022.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS. 2014.
- Sunyoto, Danang. *Praktik SPSS Untuk Kasus*, Yogyakarta: Nuha Medika, 2011.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE UGM, 2000.
- Swastha, Basu. *Asas-asas marketing*. Yogyakarta: Liberty, 2005.
- Syaekhu, Ahmad. *Pengembangan Model Penyuluhan MAD*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020.
- Tanirejda, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif*. Sebuah Pengantar. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Tilaar, H.A.R. *Membenahi Pendidikan Nasional*. Jakarta: PT. Rineka Cipt 2002.
- Wijaya, Toni. *Analisis Multivariat Olah Data Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya, 2010.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### 1. SURAT IZIN PENELITIAN



**PONDOK PESANTREN WALI SONGO  
INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADLOTUL MUJAHIDIN  
FAKULTAS SYARI'AH  
NGABAR PONOROGO JAWA TIMUR**

Jl. Sunan Kalijaga Ngabar Siman Ponorogo 63471 Telp (0352) 3140309  
Website: <https://iaim-ngabar.ac.id/> E-mail: [humas@iaimngabar.ac.id](mailto:humas@iaimngabar.ac.id)

Nomor : 23/4.062/Sy/K.H.4/XI/2022

Lamp. : -

Hal : PERMOHONAN IJIN PENELITIAN

Kepada yang terhormat,  
Bapak/Ibu : Ketua NBC Ngabar Ponorogo  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan rencana penelitian untuk skripsi mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah bersama ini kami sampaikan mahasiswa kami:

Nama : Fitri Rokhmatus Khasanah  
NIM : 2019620204006  
Fakultas : Syari'ah  
Jurusan : Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'amalah)

Dalam rangka Pengajuan Judul Skripsi perlu mengadakan penelitian di lembaga/institusi yang bapak/ibu/sdr. pimpin, dengan judul Skripsi "PENGARUH UMUR, PENDIDIKAN DAN PENDAPATAN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN DI NBC NGABAR"

Demikian surat permohonan ini kami buat dan atas izintnya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Ponorogo, 08 November 2022  
Fakultas Syari'ah,  
  
Muhammad Rizki, S.H.I., M.E.  
107128204

## 2. SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN



**PT. NGABAR MANDIRI SEJAHTERA**  
**YPPW-PONDOK PESANTREN "WALI SONGO" NGABAR**

Kantor: PT. Ngabar Mandiri Sejahtera, Jl. Sunan Kalijaga, Dusun I, Ngabar, Siman, Ponorogo 63471  
 Email: ngabarsejahtera@gmail.com | Website: ngabarmat.com | Telp. 0850-5955-6375

**SURAT KETERANGAN**

No : 09.005/SKet/HRD/PTNMS/VII/2023

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ujang Usin Sujana , M.E  
 Jabatan : HRD PT.Ngabar Mandiri Sejahtera  
 Alamat : Jl.Terate, Demangan Kec Siman Kab Ponorogo.

Dengan ini menerangkan bahwasannya yang bersangkutan dibawah ini :

Nama : Fitri Rokhmatun Khasanah  
 NIM : 2019620204006  
 Fakultas : Syariah  
 Jurusan : Hukum ekonomi Syari'ah (Muamalah)

Yang bersangkutan benar telah melakukan penelitian tentang **"Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan terhadap Niat Beli Konsumen di NBC Ngabar"**

Demikian Surat Keterangan Kerja ini kami buat agar digunakan sebagai bahan referensi atau dapat digunakan sebagaimana mestinya.

HRD PT.NMS

Ujang Usin Sujana, M.E

### 3. LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI



**PONDOK PESANTREN WALI SONGO  
INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADLOTUL MUJAHIDIN  
FAKULTAS SYAR'IAH  
NGABAR PONOROGO JAWA TIMUR**

Jl. Siman Kalijaga Ngabar Siman Ponorogo 63471 Telp (0352) 3140309  
Website: <https://iaim-ngabar.ac.id/> E-mail: [humas@iaimngabar.ac.id](mailto:humas@iaimngabar.ac.id)

#### LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama mahasiswa : FITRI POKHMATUN KHASANAH  
 NIM : 201620204006  
 Fakultas/Prodi : Syar'iah / HES  
 Semester : 08  
 Judul Skripsi : Pengaruh Umur, Pendidikan dan Pendapatan terhadap Niat beli konsumen di NBC Ngabar.

No	Tanggal	Uraian	Tanda, Tangan
1.	15/01/2023	Nama dalam proposal dihilangkan	
2.	16/01/2023	Skripsi Terdahulu dibuat tabel	
3.	18/01/2023	Hal 20-21 dihilangkan (yang pengaruh*)	
4.	22/05/2023	Numbering, Footnote	
5.	22/05/2023	Daftar Pustaka	
6.	05/06/2023	Merambah Latar Belakang	
7.	19/06/2023	Bab 4 yang menghitng data validitas	
8.	19/06/2023	bab 4 menghitng data dan kuisioner	
9.	02/07/2023	Menambah landasan Teori	
10.	09/07/2023	Spasi, Jarak antar Baris	
11.	05/07/2023	Daftar Pustaka	

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Mahasiswa,

#### 4. LEMBAR PERENCANAAN PENYELESAIAN SKRIPSI



**PONDOK PESANTREN WALI SONGO  
INSTITUT AGAMA ISLAM RIYADLOTUL MUJAHIDIN  
FAKULTAS SYAR'IAH  
NGABAR PONOROGO JAWA TIMUR**

Jl. Sunan Kaljaga Ngabar Siman Ponorogo 63471 Telp (0352) 3140309  
Website: <https://iaim-ngabar.ac.id/> E-mail: [iaim@iaimngabar.ac.id](mailto:iaim@iaimngabar.ac.id)

#### LEMBAR PERENCANAAN PENYELESAIAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : FITRI ROHMATUN KHASANAH  
 NIM : 2019620204006  
 Fakultas/Prodi : Syar'iah / HES  
 Semester : 08  
 Judul Skripsi : Pengaruh Umur, Pendidikan,  
 dan Pendapatan terhadap  
 Niat beli konsumen di NBS  
 NGABAR

No	BAB/URAIAN	WAKTU PENYELESAIAN
1	Proposal Skripsi	Selasa, 23 Mei 2023
2	BAB I	Minggu, 18 Juni 2023
3	BAB II	Minggu, 18 Juni 2023
4	BAB III	Jum'at, 23 Juni 2023
5	BAB IV	Jum'at, 30 Juli 2023
6	BAB V	Minggu, 02 Juli 2023
7	BAB VI	Jum'at, 07 Juli 2023

Mengetahui:

Pembimbing I,

Neng Yusril

Pembimbing II,

Fadatul Huda

Mahasiswa,

Firm R

## 5. KUESIONER PENELITIAN

### KUESIONER PENELITIAN PENGARUH UMUR, PENDIDIKAN DAN PENDAPATAN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN DI NBC NGABAR

Saya memohon bantuan dari Bapak/Ibu/Kakak/Adik untuk mengisi beberapa pertanyaan yang ada dibawah ini.

Pertanyaan dari saya hanya ingin mengetahui umur, pendidikan dan pendapatan anda saat ini beserta niat beli anda terhadap NBC Ngabar. Kuesioner ininsaya keluarkan sebagai bahan penelitian. Saya mohon bantuannya untuk dapat mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan selengkap-lengkapanya.

#### PENILAIAN

a = 1 b = 2 c = 3 d = 4 e = 5

**Isilah kuesioner tersebut dengan melingkari jawaban yang anda pilih !**

1. JENIS KELAMIN
  - a. Laki-laki
  - b. Wanita
  
2. UMUR
  - a. < 20
  - b. 20 – 30
  - c. 31 – 40
  - d. 41 – 50
  - e. 50 >
  
3. PENDIDIKAN
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. MAHASISWA
  - e. SARJANA
  
4. PENDAPATAN
  - a. < 200.000
  - b. 300.000 – 500.000
  - c. 600.000 – 1.000.000
  - d. 1.000.000 – 1.500.000
  - e. 1.600.000 >

**PENILAIAN**

SS (Sangat Setuju) = 5

S (Setuju) = 4

N (Netral) = 3

TS (Tidak Setuju) = 2

STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

**Isilah kuesioner tersebut dengan memberi tanda (√) jawaban yang anda pilih !**

**1. NIAT BELI**

No.	Indikator	SS	S	N	TS	STS
1.	Keinginan anda berbelanja di NBC Ngabar					
2.	Anda merekomendasikan pembelian kebutuhan di NBC Ngabar kepada orang lain					
3.	Pilihan anda berbelanja di NBC Ngabar karena produk yang dicari ada di NBC Ngabar					
4.	Anda mengetahui informasi tentang produk yang diminati di NBC Ngabar					

**TERIMAKASIH**

(Telah meyempatkan waktunya dan membantu penelitian ini)

**6. TABULASI DATA VARIABEL X1**

No.	X1	No.	X1
1	1	28	1
2	2	29	2
3	2	30	4
4	3	31	4
5	4	32	5
6	2	33	1
7	2	34	2
8	2	35	4
9	2	36	3
10	2	37	3
11	2	38	3
12	2	39	2
13	3	40	1
14	2	41	1
15	2	42	1
16	5	43	2
17	5	44	1
18	5	45	2
19	4	46	2
20	2	47	2
21	3	48	1
22	2	49	2
23	4	50	2
24	4	51	2
25	3	52	3
26	4	53	4
27	5		

**7. TABULASI DATA VARIABEL X2**

No.	X2	No.	X2
1	3	28	4
2	4	29	4
3	4	30	5
4	3	31	3
5	3	32	1
6	4	33	4
7	4	34	4
8	4	35	5
9	4	36	3
10	4	37	3
11	4	38	3
12	3	39	4
13	2	40	4
14	3	41	4
15	4	42	4
16	2	43	4
17	3	44	4
18	3	45	4
19	3	46	4
20	5	47	4
21	3	48	4
22	5	49	3
23	3	50	4
24	2	51	4
25	2	52	3
26	3	53	3
27	5		

**8. TABULASI DATA VARIABEL X3**

No.	X3	No.	X3
1	1	28	1
2	5	29	1
3	2	30	4
4	3	31	2
5	3	32	1
6	3	33	1
7	2	34	1
8	1	35	4
9	1	36	2
10	1	37	1
11	1	38	2
12	4	39	2
13	3	40	1
14	2	41	1
15	4	42	1
16	4	43	3
17	3	44	1
18	1	45	2
19	3	46	1
20	2	47	1
21	2	48	1
22	3	49	1
23	3	50	1
24	2	51	1
25	1	52	3
26	3	53	2
27	5		

**9. TABULASI DATA VARIABEL Y**

No	Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL
1	4	3	4	4	15
2	3	4	4	2	13
3	5	4	4	5	18
4	5	3	5	5	18
5	3	2	3	2	10
6	4	5	3	5	17
7	4	3	3	3	13
8	3	2	4	3	12
9	4	3	3	4	14
10	4	4	3	3	14
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	3	15
13	4	4	4	3	15
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	3	15
16	5	3	4	4	16
17	5	4	4	3	16
18	3	3	4	4	14
19	4	4	4	3	15
20	3	3	4	4	14
21	4	4	4	3	15
22	3	3	4	4	14
23	5	4	4	3	16
24	4	2	3	3	12
25	5	4	5	3	17
26	3	3	4	3	13
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	3	15
29	3	3	3	2	11
30	4	4	5	4	17
31	3	4	5	3	15
32	4	4	5	3	16
33	5	4	4	3	16
34	2	3	2	2	9
35	3	3	3	2	11
36	4	3	3	2	12

37	3	1	3	3	10
38	3	2	3	2	10
39	4	2	4	3	13
40	4	4	4	4	16
41	5	4	4	3	16
42	4	5	5	4	18
43	3	3	4	4	14
44	3	3	3	3	12
45	4	4	4	4	16
46	3	4	4	2	13
47	5	5	5	4	19
48	3	3	4	2	12
49	4	3	4	3	14
50	4	3	4	4	15
51	4	3	5	5	17
52	4	4	3	1	12
53	3	3	3	2	11

### 10. HASIL UJI VALIDITAS X1,X2,X3

#### Correlations

		X1	X2	X3
X1	Pearson Correlation	1	-.452**	.466**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	53	53	53
X2	Pearson Correlation	-.452**	1	.074
	Sig. (2-tailed)	.001		.599
	N	53	53	53
X3	Pearson Correlation	.466**	.074	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.599	
	N	53	53	53

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 11. HASIL UJI VALIDITAS Y

### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.457**	.435**	.409**	.761**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.002	.000
	N	53	53	53	53	53
Y2	Pearson Correlation	.457**	1	.423**	.226	.706**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.104	.000
	N	53	53	53	53	53
Y3	Pearson Correlation	.435**	.423**	1	.483**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002		.000	.000
	N	53	53	53	53	53
Y4	Pearson Correlation	.409**	.226	.483**	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.002	.104	.000		.000
	N	53	53	53	53	53
TOTAL	Pearson Correlation	.761**	.706**	.767**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	53	53	53	53	53

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**12. HASIL UJI RELIABILITAS X1,X2,X3****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
3.325E-5	3

**13. HASIL UJI RELIABILITAS Y****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.421	7

## RIWAYAT HIDUP



### A. Identitas Data Diri

1. Nama Lengkap : Fitri Rokhmatun Khasanah
2. Tempat, Tanggal Lahir : Kebumen, 15 Desember 2001
3. Alamat Rumah : Desa Sikayu, Karang kamal RT 07 RW 02, Kec.  
Buayan, Kab. Kebumen, Jawa Tengah
4. Nomor Hp : 082223835233
5. Email : [Fitrifiro015@gmail.com](mailto:Fitrifiro015@gmail.com)

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. SD Negeri 1 Sikayu (2007-2013)
  - b. Mts Plus Nururrohmah (2013-2016)
  - c. MA Plus Nururrohmah (2016-2019)

d. Srata 1 Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah, Fakultas Syari'ah, Institut  
Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Ponorogo (2019-2023)

2. Pendidikan Non Formal

a. BLKK Ngabar 2022