



**PENGARUH GAYA HIDUP, DESAIN, *WORD OF MOUTH*, DAN
ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
JASA SEWA PAPAN BUNGA
RUSTIC DI KOTA PEKANBARU**

TESIS



Oleh :
EMILIA HASANAH
NIM. 22190323746

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU RIAU
1445/2023**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004
 Phone & Facs. (0761) 858832, Site : pps.uin-suska.ac.id E-mail : pps@uin-suska.ac.id

Lembaran Pengesahan

Nama : Emilia hasanah
Nomor Induk Mahasiswa : 22190323746
Gelar Akademik : M.E. (Magister Ekonomi Syariah)
Judul : Pengaruh Gaya Hidup, Desain, Word of mouth, dan Endorsement Terhadap keputusan menggunakan Jasa sewa Papan Bunga Rustic di Kota Pekanbaru

Tim Penguji:

Dr. Herlinda, MA.
 Penguji I/Ketua

Dr.Perisi Nopel, M.Pd.
 Penguji II/Sekretaris

Dr. Syahpawi, S.Ag.,M.Sh.Ec.
 Penguji III

Dr. Budi Azwar, SE., M.Ec.
 Penguji IV

Tanggal Ujian/Pengesahan

26/10/2023

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN PENGUJI

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku Tim Penguji Tesis, mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul “**Pengaruh Gaya Hidup, Desain, Word Of Mouth, Dan Endorsement Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic Di Kota Pekanbaru**” yang ditulis oleh saudari:

Nama : Emilia Hasanah
NIM : 22190323746
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai saran Tim Penguji Tesis Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang telah diujikan pada tanggal 26 Oktober 2023.

Penguji I
Dr. Budi Azwar, SE., M.Ec
NIP. 19800104 200801 1 005

.....
Tanggal, 13 November 2023

Penguji II
Dr. Syahfawi, S.Ag., M.Sh Ec
NIP. 19730307 200701 1 032

.....
Tanggal, 13 November 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi S2 Ekonomi Syariah

Dr. Hj. Herlinda, MA
NIP. 19640410 201411 2 001



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN PEMBIMBING

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku Pembimbing Tesis, mengesahkan dan menyetujui bahwa Tesis yang berjudul “**Pengaruh Gaya Hidup, Desain, Word Of Mouth, Dan Endorsement Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic Di Kota Pekanbaru**” yang ditulis oleh saudari:

Nama : Emilia Hasanah
 NIM : 22190323746
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai saran Tim Pembimbing Tesis Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau yang telah diujikan pada tanggal 26 Oktober 2023.

Pembimbing I,
Dr. Mahendra Romus, SP, M.Ec
 NIP. 19700422 200312 1 002

Tanggal, 13 November 2023

Pembimbing II,
Dr. Julina, S.E, M.Si
 NIP. 19750517 200312 2 003

Tanggal, 13 November 2023

Mengetahui,
 Ketua Program Studi S2 Ekonomi Syariah

Dr. Hj. Herlinda, MA
 NIP. 19640410 201411 2 001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku pembimbing Tesis, dengan ini menyetujui bahwa Tesis yang berjudul **“PENGARUH GAYA HIDUP, DESAIN, WORD OF MOUTH, DAN ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA SEWA PAPAN BUNGA RUSTIC DI KOTA PEKANBARU”** yang ditulis oleh:

Nama : Emilia Hasanah
NIM : 22190323746
Program Studi : Ekonomi Syariah

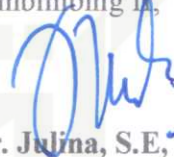
untuk diajukan dalam Sidang Munaqasyah Tesis pada Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Tanggal: 13 November 2023
Pembimbing I,



Dr. Mahendra Romus, SP, M.Ec
NIP. 19711119 200501 1 004

Tanggal: 13 November 2023
Pembimbing II,



Dr. Julina, S.E., M.Si
NIP. 19730722 199903 2 001

Mengetahui,
Ketua Prodi S2 Ekonomi Syariah



Dr. Hj. Herlinda. MA
NIP. 19640410 201411 2 001

Dr. Mahendra Romus, SP, M.Ec
DOSEN PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Tesis Saudari
Emilia Hasanah

Kepada Yth:
Direktur Pascasarjana
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Di –
Pekanbaru

Assalamu 'alaikum wr. wb.

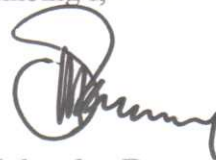
Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi Tesis saudara:

Nama : Emilia Hasanah
NIM : 22190323746
Prodi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Gaya Hidup. Desain *Word Of Mouth* Dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic Di Kota Pekanbaru

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian, dalam sidang ujian Tesis Pascasarjana UIN Suska Riau.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pekanbaru, 13 November 2023
Pembimbing I,



Dr. Mahendra Romus, SP, M.Ec
NIP. 19711119 200501 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dr. Julina, S.E, M.Si
DOSEN PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Tesis Saudari
Emilia Hasanah

Kepada Yth:
Direktur Pascasarjana
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Di –
Pekanbaru

Assalamu 'alaikum wr. wb.

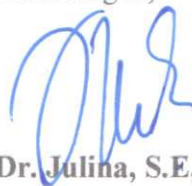
Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi Tesis saudara:

Nama : Emilia Hasanah
NIM : 22190323746
Prodi : Ekonomi Syariah
Konsentrasi: Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Gata Hidup. Desain *Word Of Mouth* Dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic Di Kota Pekanbaru

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian, dalam sidang ujian Tesis Pascasarjana UIN Suska Riau.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pekanbaru, 13 November 2023
Pembimbing II,



Dr. Julina, S.E, M.Si
NIP. 19730722 199903 2 001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Emilia Hasanah
NIM : 22190323746
Tempat Tanggal Lahir : Pekanbaru, 5 Juli 1995
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Pengaruh Gaya Hidup, Desain, *Word Of Mouth* Dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic Di Kota Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Tesis dengan judul sebagaimana tersebut diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Tesis saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Tesis saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa Paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 2 Oktober 2023



Emilia Hasanah
NIM. 22190323746

UIN SUSKA RIAU



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT., yang telah melimpahkan rahmat, petunjuk, serta pertolongan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini. Saya juga mengirimkan shalawat dan salam kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW., yang telah membimbing umat manusia dari kegelapan jahiliah menuju cahaya iman dan pengetahuan. Penyusunan tesis ini merupakan salah satu persyaratan untuk meraih gelar Magister Ekonomi (M.E.) di Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Judul tesis yang saya pilih adalah **“PENGARUH GAYA HIDUP, DESAIN, WORD OF MOUTH, DAN ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA SEWA PAPAN BUNGA RUSTIC DI KOTA PEKANBARU”**.

Dalam menyelesaikan tesis ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Terutama dan teristimewa buat Ayahanda Desril, dan juga kepada abang, adek, dan kakak ipar yakni: Muhammad Iksan, Ahmad Ridho dan Tri Putri Septia Lara. Terima kasih atas perhatian, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan dan penyelesaian tesis ini, di antaranya:

1. Rektor Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yaitu Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yaitu Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA.
3. Ketua Prodi S2 Ekonomi Syariah yaitu Bapak Dr. Trian Zuhadi, SE, M.Ec
4. Sekertaris Prodi S2 Ekonomi Syariah yaitu Ibu Dr. Hj. Herlinda. MA
5. Bapak Dr. Mahendra Romus, SP, M.Ec selaku Pembimbing I, dan Ibu Dr. Julina, SE, M.Si selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, perhatiannya, meluangkan waktu dan membantu penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
6. Kepada Seluruh Dosen Program Studi S2 Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
7. Staf Tata Usaha Program Studi S2 Ekonomi Syariah dan seluruh pegawai Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Kepada Himpunan Papan Bunga Rustic Kota Pekanbaru yang telah bersedia memberikan informasi, dokumentasi, dan meluangkan waktunya
9. Konsumen Papan Bunga Rustic di Kota Pekanbaru sebagai responden penelitian dalam meluangkan waktu dan membantu mengisi kuesioner penelitian.
10. Teman-teman Program Studi S2 Ekonomi Syariah yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan pada penulis dalam penyelesaian tesis ini.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Teman-teman terdekat yang telah membantu penulis dalam proses pendidikan kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yaitu Aha, Okcan, Nomnom, Kakmet dan teman-teman lainnya, yang telah memberikan dukungan dan semangat serta motivasi kepada penulis selama menimba ilmu

12. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semua dukungan dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Semoga Allah SWT meridhoi dan membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis berharap tesis ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi kita semua serta menjadi amal shaleh disisi Allah SWT. Aamiin.....

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, 2 Oktober 2023
Penulis,

EMILIA HASANAH
NIM.22190323746

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
NOTA DINAS	
PENGESAHAN PEMBIMBING DAN KETUA PRODI	
PENGESAHAN PENGUJI	
SURAT PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	13
1. Idenifikasi Masalah	13
2. Batasan Masalah	13
3. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kegunaan Penelitian	15
1. Kegunaan secara Teoretis	15
2. Kegunaan secara Praktis	15
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Landasan Teori	16
1. Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic..	16
2. Pandangan Islam Mengenai Pengambilan Keputusan	27
3. Gaya Hidup	28
4. Desain	32
5. Word of Mouth	36
6. Endorsement	41
B. Kerangka Berfikir	44
1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pengguna Jasa.	45
2. Pengaruh Desain terhadap Keputusan Pengguna Jasa	46
3. Pengaruh <i>WoM</i> terhadap Keputusan Pengguna Jasa	48
4. Pengaruh <i>Endorsment</i> terhadap Keputusan Pengguna Jasa.	49
5. Pengaruh Gaya Hidup, Desain, <i>Word of Mouth</i> dan	
<i>Endorsement</i> terhadap Keputusan Menggunakan Jasa	50
C. Hipotesis Penelitian	51
D. Konsep Operasional Penelitian	51
E. Kajian Penelitian yang Relevan.....	53



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	56
B. Tempat dan Waktu Penelitian	56
C. Subyek dan Obyek Penelitian	56
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	57
E. Teknik Pengumpulan Data	59
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	60
G. Teknik Analisa Data	67
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Umum Responden Penelitian	71
B. Temuan Khusus Penelitian	79
C. Analisa Data Penelitian	106
D. Pembahasan	123
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	130
B. Saran-Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pelaku Usaha Papan Bunga Rustic Pekanbaru	5
Tabel 1.2	Pesanan Sewa Papan Bunga di Pekanbaru	7
Tabel 2.1	Daftar Harga Papan Bunga Rustic dan Suyok.....	22
Tabel 3.1	Jumlah Pelanggan Toko Papan Bunga Reustik di Pekanbaru	57
Tabel 3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	59
Tabel 3.3	Hasil Hitung Uji Validitas Kuesioner Variabel X^1	62
Tabel 3.4	Hasil Hitung Uji Validitas Kuesioner Variabel X^2	63
Tabel 3.5	Hasil Hitung Uji Validitas Kuesioner Variabel X^3	64
Tabel 3.6	Hasil Hitung Uji Validitas Kuesioner Variabel X^4	64
Tabel 3.7	Hasil Hitung Uji Validitas Kuesioner Variabel Y.....	65
Tabel 3.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.1	Rekapitulasi Hasil Angket Variabel X^1	80
Tabel 4.2	Distribusi Skor Data Gaya Hidup	86
Tabel 4.3	<i>Out Put</i> SPSS Distribusi Frekuensi Skor Gaya Hidup	87
Tabel 4.4	Rekapitulasi Deskriptif Hasil Angket X^2	89
Tabel 4.5	Rekapitulasi Deskriptif Hasil Perhitungan Angket X^2	89
Tabel 4.6	Distribusi Skor Desain	90
Tabel 4.7	<i>Out Put</i> SPSS Distribusi Frekuensi Skor Desain	91
Tabel 4.8	Rekapitulasi Deskriptif Hasil Angket Variabel X^3	93
Tabel 4.9	Rekapitulasi Deskriptif Hasil Perhitungan Angket Variabel X^3	93
Tabel 4.10	Distribusi Skor Desain.....	95
Tabel 4.11	<i>Out Put</i> SPSS Distribusi Frekuensi Skor WoM	96
Tabel 4.12	Rekapitulasi Deskriptif Hasil Angket Variabel X^4	97
Tabel 4.13	Rekapitulasi Deskriptif Hasil Perhitungan Angket Variabel X^4	98
Tabel 4.14	Distribusi Skor Endorsment	81
Tabel 4.15	<i>Out Put</i> SPSS Distribusi Frekuensi Skor Endorsment	82
Tabel 4.16	Rekapitulasi Deskriptif Hasil Angket Variabel Y	102
Tabel 4.17	Rekapitulasi Deskriptif Hasil Perhitungan Angket Variabel Y	103
Tabel 4.18	Deskripsi Data Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga	104
Tabel 4.19	<i>Out Pu</i> SPSS Distribusi Frekuensi Skor Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga	105
Tabel 4.20	Rangkuman Analisis Uji Homogenitas X_1 Ke Y	107
Tabel 4.21	Rangkuman Analisis Uji Homogenitas X_2 Ke Y	107
Tabel 4.22	Rangkuman Analisis Uji Homogenitas X_3 Ke Y	107
Tabel 4.23	Rangkuman Analisis Uji Homogenitas X_4 Ke Y	108
Tabel 4.24	Rangkuman Analisis Uji Normalitas	109
Tabel 4.25	Rangkuman Analisi Pengujian Linieritas Variabel X_1 Dengan Y	110
Tabel 4.26	Rangkuman Analisi Pengujian Linieritas Variabel X_2 Dengan Y	111
Tabel 4.27	Rangkuman Analisi Pengujian Linieritas Variabel X_3 Dengan Y	112
Tabel 4.28	Rangkuman Analisi Pengujian Linieritas Variabel X_4 Dengan Y	112
Tabel 4.29	Korelasi Antara X_1 Dan Y	114
Tabel 4.30	Korelasi Antara X_2 Dan Y	115
Tabel 4.31	Korelasi Antara X_3 Dan Y	116

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.32	Korelasi Antara X_4 Dan Y	117
Tabel 4.33	Anova Regresi X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y	118
Tabel 4.34	Ringkasan Hasil Koefisien Determinasi Variabel X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y	119
Tabel 4.35	Rangkuman Persamaan Regresi	120



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	24
Gambar 2.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	34
Gambar 2.3	Kerangka Berfikir Penelitian	45
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	74
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	76
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Berlangganan	77
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan	78
Gambar 4.8	Diagram Depkriptif Angket Variabel X^1	86
Gambar 4.9	Histogram Distribusi Frekuensi Variabel X_1	88
Gambar 4.10	Diagram Depkriptif Angket Variabel X^2	90
Gambar 4.11	Histogram Distribusi Frekuensi Variabel X_2	92
Gambar 4.12	Diagram Depkriptif Angket Variabel X^3	94
Gambar 4.13	Histogram Distribusi Frekuensi Variabel X_3	96
Gambar 4.14	Diagram Depkriptif Angket Variabel X^4	98
Gambar 4.15	Histogram Distribusi Frekuensi Variabel X_4	101
Gambar 4.16	Diagram Depkriptif Angket Variabel Y	102
Gambar 4.17	Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Y	105



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pengalihan huruf Arab-Indonesia dalam naskah ini didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1988, No. 158/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana yang tertera dalam buku Pedoman Transliterasi Bahasa Arab (A Guide to Arabic Transliteration), INIS Fellow 1992.

A. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	A	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	'
ث	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	Sh	ي	Y
ض	Di		

B. Vokal, panjang dan diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vocal fathah ditulis dengan “a”, kasrah dengan “i”, dlomah dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vocal (a) panjang = \hat{A} misalnya قال menjadi qâla

Vocal (i) panjang = \hat{I} misalnya قيل menjadi qîla

Vocal (u) panjang = \hat{U} misalnya دون menjadi dûnaxi

Khusus untuk bacaan ya“ nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “î”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya“ nisbat diakhirnya.



Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya“ setelah fathah ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) = و misalinya قول menjadi qawlun

Diftong (ay) = ي misalinya خير menjadi khayrun

C. Ta’ marbûthah (ة)

Ta“ marbûthah ditransliterasikan dengan “t” jika berada ditengah kalimat, tetapi apabila Ta“ marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalinya الرسالة المدرسة menjadi alrisalat li al-mudarrisah, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan mudlaf dan mudlaf ilayh, maka ditransliterasikan dengan kalimat berikutnya, misalinya في رحمةالله menjadi fi rahmatillâh.

D. Kata Sandang dan Lafdh al-jalâlah

Kata sandang berupa “al” (ال) (ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalâlah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (idhafah) maka dihilangkan.

UIN SUSKA RIAU

ABSTRAK

Emilia Hasanah: Pengaruh Gaya Hidup, Desain, *Word Of Mouth*, Dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic Di Kota Pekanbaru PPs. UIN Suska Riau, 2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menggunakan jasa sewa Papan Bunga *Rustic*; pengaruh desain terhadap keputusan menggunakan jasa sewa papan Bunga; apakah terdapat pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan menggunakan jasa sewa Papan Bunga; apakah terdapat pengaruh *endorsement* terhadap keputusan menggunakan jasa sewa Papan Bunga; dan apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama gaya hidup, desain, *Word Of Mouth*, dan *Endorsement* terhadap keputusan menggunakan jasa sewa Papan Bunga *Rustic* Di Kota Pekanbaru? Penelitian ini, merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Maka penelitian ini, menjadikan angket sebagai suber utama dalam pencarian data. Angket dibuat dengan menggunakan skala Likert. Hasilnya dianalisis dengan menggunakan analisis korelasi dan regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; *Pertama*, terdapat pengaruh yang signifikan Gaya Hidup terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan hasil uji t, dimana nilai signifikansinya 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$); *Kedua*, Terdapat pengaruh yang signifikan desain terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.028 lebih kecil dari 0.05 ($0.028 > 0.05$); *Ketiga*, terdapat pengaruh yang signifikan *Word of Mouth* terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, didasarkan pada hasil uji t, dimana nilai signifikansinya 0.003 lebih kecil dari 0.05 ($0.003 < 0.05$); *Keempat*, terdapat pengaruh yang signifikan *Endorsment* dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, didasarkan pada hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansinya 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 > 0.05$); dan terdapat pengaruh secara Bersama-sama Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsment* (X_4) terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru (Y). Kesimpulan ini, didasarkan pada hasil hitung regresi dengan uji anova dengan taraf siginifikansi 0.000. Adapun tingkat pengaruh variabel independen (Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsment* (X_4)) terhadap variabel dependen (Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga) adalah sebesar 92.7%, sedangkan sisanya yaitu 7.3% dipengaruhi oleh variabel lain selain Gaya Hidup; Desain; *Word of Mouth*; dan *Endorsment*. Kesimpulan terhadap hasil ini, memiliki standar kesalahan estimasi sebesar 2.324.

Kata Kunci: *gaya hidup, desain, word of mouth, endorsement, keputusan menggunakan jasa, papan bunga rustic;*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Emilia Hasanah, (2023): The Effect of Lifestyle, Design, Word of Mouth, and Endorsements toward the Decision of Using Rustic Flower Board Rental Services in Pekanbaru City

This research aimed at determining the effect of lifestyle toward the decision of using rustic flower board rental services, the effect of design toward the decision of using flower board rental services, was there or not the effect of word of mouth toward the decision of using flower board rental services, was there or not the effect of endorsement toward the decision of using flower board rental services, and was there or not the effect of lifestyle, design, word of mouth, and endorsement toward the decision of using rustic flower board rental services in Pekanbaru City. It was a field research with a quantitative approach. Questionnaire technique was used for collecting the data. The questionnaire was created using a Likert scale. Correlation and regression analysis techniques were used for analyzing the data. The research findings showed that first; there was a significant effect of lifestyle toward the decision of becoming a user of flower board rental services in Pekanbaru City. Second, there was a significant effect of design toward the decision of becoming a user of flower board rental services in Pekanbaru City. Third, there was a significant effect of word of mouth toward the decision of becoming a user of flower board rental services in Pekanbaru City. Fourth, there was a significant effect of endorsement toward the decision of becoming a user of flower board rental services in Pekanbaru City. And there was a joint effect of lifestyle (X1), design (X2), word of mouth (X3), and endorsement (X4) toward the decision of becoming a user of flower board rental services in Pekanbaru City (Y). The conclusion regarding this result was the standard error of estimation (2.324).

Keywords: Lifestyle, Design, Word of Mouth, Endorsement, Decision Using Services, Rustic Flower Boards;

ملخص

أيمليا حسنة، (2023): تأثير طراز الحياة، التصميم، شفهي بالشفهي والإقرار في انتفاع مستأجر لوحة زهرية روستيك بكنبارو

هذا البحث يهدف إلى معرفة طراز الحياة في انتفاع مستأجر لوحة زهرية روستيك، ومعرفة التصميم في انتفاع مستأجر اللوحة الزهرية، ومعرفة الإعلان شفهي بالشفهي في انتفاع اللوحة الزهرية، ومعرفة تأثير الإقرار في انتفاع مستأجر اللوحة الزهرية ومعرفة تأثير طراز الحياة، التصميم، شفهي بالشفهي والإقرار في انتفاع مستأجر لوحة زهرية روستيك معا بكنبارو؟ نوع البحث بحث ميداني بالمدخل الكمي. استخدمت الباحثة استبانة حيث أنها مصدر رئيسي في البحث عن البيانات. انتفعت الباحثة مقياس ليكرت في صناعة الاستبانة. وأسلوب تحليل البيانات تحليل ارتباطي وإنحسابي. ونتائج البحث دلت على ما يأتي : الأول وجد التأثير الهام عن طراز الحياة في انتفاع مستأجر اللوحة الزهرية في مدينة بكنبارو حيث أن نتيجة اختبار t بالدرجة الهامة $0,05 < 0,000$. والثاني وجد التأثير الهام في إقرار انتفاع مستأجر اللوحة الزهرية في مدينة بكنبارو حيث أن نتيجة اختبار t في الدرجة الهامة $0,05 > 0,028$. والثالث وجد التأثير الهام عن الإعلان شفهي بالشفهي في انتفاع مستأجر اللوحة الزهرية في مدينة بكنبارو حيث أن نتيجة اختبار t في الدرجة الهامة $0,05 < 0,003$. والرابع وجد التأثير الهام عن الإبرام في إقرار انتفاع مستأجر اللوحة الزهرية في مدينة بكنبارو حيث أن نتيجة اختبار t في الدرجة الهامة $0,05 > 0,000$. ووجد التأثير عن طراز الحياة x_1 ، التصميم x_2 ، الإعلان شفهي بالشفهي x_3 ، والإبرام x_4 في إقرار انتفاع مستأجر اللوحة الزهرية (y) معا في مدينة بكنبارو. فاستخلصت الباحثة أن النتيجة المأخوذة من الحساب الإنحسابي باختبار أنوفا في الدرجة الهامة بنتيجة $0,000$. ومدى نتيجة درجة المتغير الحر (طراز الحياة x_1 ، التصميم x_2 ، الإعلان شفهي بالشفهي x_3 ، الإبرام x_4 في المتغير التابعي (الإقرار في انتفاع مستأجر اللوحة الزهرية) إثنان وتسعون بشولة سبعة في المائة. والباقي أثره متغيرات أخرى بمدى سبعة بشولة ثلاثة في المائة أي سوى المتغيرات المذكورة (طراز الحياة، التصميم، الإعلان شفهي بالشفهي، الإبرام). والخلاصة النهائية أن مدى تقدير معيار الخطأ 2,324.

الكلمات الرئيسية: طراز الحياة، التصميم، الإعلان شفهي بالشفهي، الإبرام، الإقرار في انتفاع اللوحة الزهرية روستيك

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Allah telah menurunkan Al-Qur'an kepada Nabi Muhammad SAW, dimana yang berisi tentang ibadah juga berisi tentang aturan-aturan bermuamalah (interaksi sesama manusia). Termasuk dalam hal ini yaitu *Ijarah* atau bahasa kesehariannya adalah sewa menyewa. *Ijarah* atau sewa menyewa sudah sering menjadi topik di kajian fiqih, di situ juga sudah lengkap syarat, rukun dan teknis praktik *Ijarah* lainnya.¹ Dalam hal *Ijarah* (sewa menyewa), Al-Quran sangat mendorong umat Islam untuk melakukannya, karena mengandung unsur tolong menolong dalam kebaikan antar sesama manusia.²

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.³

Berdasarkan Ayat-ayat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perdagangan atau usaha adalah pekerjaan yang mulia dalam Islam. Namun

¹ Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h. 24

² Adiwarna Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 137

³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: PT Syigma Examedia Arkanleema, 2010), h. 102

sebagai hamba Allah SWT, pelaku usaha harus melakukan segala sesuatu (bermuamalah) sesuai dengan syariat yang telah ditentukan-Nya.

Dalam konteks ekonomi politik sebuah negara, peran perdagangan atau sewa menyewa yang dibangun atas inisiatif warganya, justru akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi kelangsungan system perekonomian dalam negara itu sendiri. Artinya, kemajuan ekonomi suatu bangsa tidak terlepas dari keberadaan dan peranan kelompok-kelompok wirausahawan.⁴ Sebuah negara akan maju, jika ditopang oleh sejumlah pemuda dan masyarakat yang berwirausaha. Artinya, tidak ada satu bangsa di dunia ini yang mampu menjadi negara maju tanpa ditopang oleh sejumlah pemuda dan masyarakat yang berwirausaha.⁵

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan demikian, menjadi bagian yang sangat penting bagi kemajuan ekonomi suatu bangsa. Misalnya saja di Indonesia, UMKM memberikan sumbangan besar terhadap Produk Domestik Bruto (61,1%), penyerapan tenaga kerja (97,1%), dan ekspor (14,4%). Pembangunan sebuah perekonomian dapat untuk mewujudkan perekonomian nasional yang baik untuk meningkatkan ekonomi masyarakat secara merata dan adil bagi masyarakat. membangun perekonomian adalah hal yang sangat penting untuk kemaslahatan masyarakat. Tujuan nya ialah untuk meningkatkan industry pertanian dan industry mikro menengah serta terpenuhinya kebutuhan pokok

⁴ Abdul Halim, Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju, *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, Volume 1, No. 2, 2020, 157-172

⁵ Wirawan, *Ekonomi Untuk Negara-Negara Berkembang*, Penerjemah: Agustinus Subekti, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 43

masyarakat.⁶

Usaha Mikro berperan sebagai kekuatan strategis dan memiliki posisi penting, tidak hanya dalam hal penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga untuk menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Produk yang dihasilkan usaha kecil umumnya juga berbasis pada kebutuhan masyarakat luas dan memiliki keunggulan yang komparatif. Persaingan diantara para pelaku usaha dapat meyebabkan banyaknya usahawan yang gagal dalam menjalankan usahanya. Untuk mengatasi hal tersebut, para wirausaha dituntut untuk tidak hanya fokus pada faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha, namun juga harus mampu mengukur tingkat perkembangan usahanya. Perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari beberapa aspek, diantaranya perolehan laba, image industri, peningkatan output industri, peningkatan profesionalitas pegawai, dan rasio finansial yang berkembang.

Papan Bunga Rustic adalah salah satu usaha mikro yang sedang mulai berkembang di kota Pekanbaru. Papan Bunga Rustic adalah papan ucapan berbahan dasar kayu jati dan Triplek hpl. Dibentuk seperti persegi dan bulat. Dengan tulisan huruf berbahan spons dan hiasan bunga plastik. Papan bunga rustic ini biasa dipesan untuk ucapan selamat, belasungkawa, kegiatan acara, atau sekedar mengungkapkan aspirasi. Papan Bunga saat ini telah digunakan masyarakat sebagai tanda adanya kegiatan pesta, kenduri, peresmian gedung, dan

⁶ Sukirno Sadono, *Teori Ekonomi Mikro Dan Makro*, (Jakarta: Penertbit Rajawali Pers Pustaka, 2008), h. 12

kematian. Papan Bunga dijadikan sebagai suatu media informasi khusus pada kegiatan yang dilakukan di masyarakat. Papan Bunga dapat dianggap sebagai prestise dalam diri seseorang dan menganggap dengan menggunakan bunga papan dalam kegiatan acara akan lebih mewah dan menjadi kebanggaan tersendiri. Bunga Papan disajikan dalam bentuk yang bervariasi jenis bunganya, warna bunga dan warna *background* (kain baldu sebagai penutup papan), semua bisa disesuaikan sesuai keinginan sang pemesan, begitu juga dengan ukuran luasnya yang bervariasi, ada yang berukuran kecil, sedang dan sampai berukuran yang besar dan panjang. Pemakaian bunga pada papan, ada yang bunga asli dan ada pula bunga palsu (plastik), dan biasanya bunga papan banyak menggunakan bunga yang palsu (plastik) dikarenakan bunga yang palsu (plastik) tak mudah layu dan bisa digunakan sampai waktu yang cukup lama walau dalam harum atau aroma yang di dapatkan di bunga palsu (plastik) menggunakan pengharum namun itu tidak mengurangi keindahan bunga papan. Bentuk tulisan dan ukurannya bervariasi sesuai keinginan sang pembeli bisa berukuran sedang motif tulisan yang indah dan hal yang lainnya.

Di Pekanbaru sendiri terdapat 69 pelaku usaha Papan Bunga Rustic, untuk memenuhi kebutuhan warga Kota Pekanbaru. Berdasarkan survei awal peneliti. Berikut adalah tabel jumlah pelaku usaha papan bunga rustic di Pekanbaru dari tahun 2019 hingga Januari 2023.

Tabel 1.1
Jumlah Pelaku Usaha Papan Bunga Rustic Pekanbaru

No	Nama Usaha Papan Bunga Rustic	Alamat
1.	1453Florist	Jl. Kusuma
2.	Alfatih.Floriist	Jl. Paus
3.	Andavi Florist	Jl. Rajawali Panam
4.	Aniza_Floristpekanbaru	Jl. Bupati Kubang Panam
5.	Ar Florist	Jl. Rimbo
6.	Asmaraloka Florist	Jl. Purnama
7.	Athabina Florist	Jl. Beringin/Air Hitam
8.	Aura Florist	Jl. Pinang Tangkerang
9.	Babe_Florist	Jl. Kartama
10.	Bams Art Florist	Jl. Arengka 1
11.	Bedelau Florist	Jl. Sigunggung
12.	Bellsflowerpku	Jl. Cendrawasih/Sudirman
13.	Binar Florist	Jl. Suka Karya/Panam
14.	Bintang Florist	Jl. Pasir Putih
15.	Blossom Florist	Jl. Bata 3 Simpang Bpg Kulim
16.	Blowyflo	Jl. Pasir Putih
17.	Boss Florist	Jl. Toman Rumbai
18.	Bucinflorist.Pku	Jl. Pasir Putih
19.	Cifaa Florist	Jl. Tengku Bey
20.	Edelweis Flo	Jl. Sempati
21.	Edern Florist	Jl. Kopen
22.	Egy_Floristic	Jl. Pemuda, Tampan
23.	Eksis Florist	Jl. Cendrawasih
24.	Emzi Florist	Jl. Gang Puncak Sari, Rumbai
25.	Fk2	Jl. RsdC Rumbai
26.	Hanin Florist	Jl.K.H Nasution
27.	Harum Florist	Jl. Melon Gading Marpoyan
28.	Helzaflo	Jl. Tirtonadi
29.	Hendra Florist	Jl. Cempaka Sukajadi
30.	Icin Florist	Jl. Lestari Gg Lestari
31.	Jenara Florist	Jl. Merpati Sakti Panam
32.	Jeni Project	Jl. Duyung
33.	Jp Florist	Jl. Arimbi
34.	Kaciow Florist	Jl. Paus
35.	Kartika Florist	Jl. Perum Pandau Permai
36.	Lucky Florist	Jl. Kandis Ujung Harapan Raya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

37.	Mahensa Florist	Jl. Sepakat
38.	Memorflow's	Jl. Air Dingin
39.	Mery Florist	Jl. Soekarno Hatta
40.	Murzana Florist	Jl. Senapelan
41.	Ndutflorist	Jl. Assakinah / Rumbai
42.	Opa Frorist	Jl. Melati Panam
43.	Pekanbaru.Florist	Jl. Cendrawasih
44.	Perfectflorist	Jl. Pandu
45.	Perkasa Florist	Jl. Soekarno Hatta Arengka
46.	Putri Florist	Jl. Bukit Barisan
47.	Putri Florist	Jl. Sekuntum Delima
48.	Rama Florist	Jl. Awalbros Panam
49.	Rap Florist	Jl. Sekolah
50.	Rindu Florist	Jl. Tengku Bey
51.	Safa Florist	Jl. Delima
52.	Sanah Florist	Jl. T Bey 1
53.	Sansflo	Jl. Bukit Barisan
54.	Sasya Florist	Jl. Kapur Dekat Sman 7
55.	Shanum Florist	Jl. Bakti 2
56.	Smart Florist	Jl. Al-Ikhlas 1
57.	Subayangflorist	Jl. Kereta Api
58.	Sunvi Florist	Jl. Kesuma Indah No 53
59.	Svmmmer Florist	Jl. Marpoyan, Dibelakang Uir
60.	Syambi Florist	Jl. Tj Puri
61.	Tammy Florist	Jl. Pertanian Ujung, Delima
62.	The Executive Florist	Jl. Alam Indah / Harapan Raya
63.	Tom's Florist	Jl. Teratai Sukajadi
64.	Uberflorist	Jl. Simpang 3
65.	W Florist	Jl. Simpang Tiga
66.	Warna Florist	Jl. Arifin Ahmad
67.	Widi Florist	Jl. Kapling Amilin Gobah
68.	Zarra Florist	Jl. Merpati Sakti
69.	Zika Florist	Jl. Kubang Raya

Sumber; *Observasi awal Riset*, 2023

Berdasarkan Table diatas, jumlah pelaku usaha papan bunga rustic di pekanbaru berjumlah 69 toko. Peneliti mengambil 3 sampel Brand Papan Bunga dengan perbedaan pendapatan yang berbeda setiap tahunnya. Pilihan pada tiga

Brand Papan Bunga ini di dasarkan pada argumentasi bahwa *Pertama*, ketiganya telah memiliki Jumlah pelanggan di atas 5000 di Tahun 2021 dan 2022; *Kedua*, keduanya secara konsisten hanya membuat Papan Bunga Rustic, sedangkan yang lain masih juga menerima jenis Papan Bunga lainnya; dan *Ketiga*, ketiganya memiliki catatan pelanggan yang rapi dan lengkap, sehingga memudahkan dalam melakukan penelitian. Adapun ketiga Toko Bunga itu adalah sebagai berikut;

Tabel 1.2
Pesanan Sewa Papan Bunga di Pekanbaru

No	Nama Toko	Jumlah Pesanan Sewa Papan Bunga			
		2019	2020	2021	2022
1	Perfect Florist	2155	1100	3245	11876
2	Sanah Florist	1678	987	6760	8790
3	Safa Florist	16588	765	6112	5788

Sumber; *Observasi awal Riset*, 2023

Berdasarkan table diatas, terdapat perbedaan hasil penjualan pada Papan Bunga tersebut. Dimana Jenis Usaha yang sama, tahun berdiri yang sama tetapi berbeda-beda pendapatan. Hal ini menunjukkan tingkat persaingan yang tinggi dalam mencari konsumen. Dalam sebuah bisnis, persaingan tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk memenangkan persaingan bisnis terhadap penjualan usaha Papan Bunga Rustic, agar mampu menjangkau lebih banyak pasar.⁷ Keputusan pembelian konsumen menjadi faktor yang sangat penting juga sebagai penentu keberlangsungan eksistensi suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat terus eksis jika rangsangan konsumen dalam memutuskan

⁷ A. S. Soegoto dan H. Karamoy. Competitive Strategy Analysis to Increase Consumer Purchasing Decisions on Minimarket Business. *Etikonomi*. Vol. 19, No. 1, 2020, h. 119-130

pembelian produk dari suatu pasar mendapat respons yang positif dari pasar itu sendiri. Konsumen akan membentuk sebuah preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pribadi dan konsumen juga akan membentuk niat untuk membeli merek yang paling di minati dan berujung pada keputusan pembelian.⁸

Keputusan seseorang dalam membeli sesuatu, merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk yang ditawarkan.⁹ Dalam mengambil suatu keputusan diperlukan beberapa pertimbangan sebagai alternatif atau pilihan keputusan. Proses pengambilan keputusan sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Proses tersebut sebenarnya merupakan proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Pengambilan keputusan konsumen meliputi semua proses yang dilalui konsumen untuk mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif, dan memilih diantara pilihan-pilihan.¹⁰ Pengambilan keputusan pembelian sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan dan keputusan selalu mensyaratkan pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda.¹¹ Sebelum seorang konsumen memilih dan kemudian memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk tertentu, konsumen tersebut akan melalui beberapa proses sebelum pengambilan

⁸ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2016), h. 227

⁹ Melissa Paendong dan Maria V. J. Tielung, Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 04 Tahun 2016, h. 387-395

¹⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiha. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi, 2013).

¹¹ J. Paul Peter, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1999), 162

keputusan hingga perilakunya pasca pembelian terhadap produk tersebut.¹² Dalam proses pengambilan keputusan pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian mulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca-pembelian.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa. Mempelajari dan menganalisa perilaku konsumen dalam keputusan pembelian adalah hal yang penting, sebab dengan pengetahuan dasar yang baik mengenai perilaku konsumen akan dapat memberikan masukan yang berarti bagi perencanaan kebijakan produk dan kebijakan harga yang akan ditetapkan perusahaan. Diantara faktor itu adalah *Pertama*, gaya hidup. Sebagai perilaku konsumen, gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian.¹³ Hasil penelitian yang dilakukan oleh Penelitian dilakukan oleh Adhianti Laras Pratiwi, menunjukkan bahwa Gaya Hidup memiliki pengaruh yang besar terhadap penentuan keputusan seseorang dalam memilih atau membeli Hijab Zoya di Jakarta Selatan.¹⁴ Gaya hidup konsumen mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Saat ini konsumen memiliki kebebasan lebih dengan tersedianya berbagai alternatif merek dan didukung oleh penjualan secara online. Gaya hidup baru

¹² Muhammad Rizan., Handayani, K. L., & RP, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedaap). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 6, No. 1, 2015, h. 457

¹³ Susanti Oktafiani Tana dan Juita L. D Bessie, Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan X2 Family Resto and Karaoke Kupang), *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)*, Vol. 13, No.3, 2020, h. 255-270

¹⁴ Adhianti Laras Pratiwi, "Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Atribut Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan", *Tesis*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017

dalam proses pembelian ini, mengubah motivasi konsumen dalam memilih produk.¹⁵ Seperti Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic yang memasarkan berbagai produk yang mengikuti tren fashion terbaru untuk menyesuaikan dengan gaya hidup para konsumen. Gaya hidup yang dimaksudkan adalah gaya hidup yang atau suka berbelanja (konsumeris) dan menginginkan desain produk fashion yang tidak banyak dimiliki orang lain (*limited edition product oriented*).

Kedua, Desain produk merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih batik karena desain dari suatu produk akan mempengaruhi penampilan, seperti yang dikemukakan oleh Kotler bahwa desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen.¹⁶ Hasil dari penelitian Achidah dkk. menegaskan bahwa Desain sebuah produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.¹⁷ Hasil riset Suari, dkk, menyatakan demikian juga, bahwa kualitas produk dan desain produk memberikan kontribusi sebesar 80,3% terhadap keputusan pembelian.¹⁸

¹⁵ Wijaya, D. N., Sunarti., dan Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Starbucks, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 55, No. 2, Hal. 75-83.

¹⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Kesebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. (Jakarta: PT. Prenhallindoh, 2005). 332

¹⁷ N. Achidah, & Warso, L.B. Hasiolan. Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT di Weleri-Kendal). *Journal of Management*, 2 (2) (2016)

¹⁸ Made Tiya Yogi Suari, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, Ni Nyoman Yulianthini., Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian., *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 5 No. 1, Maret Tahun 2019, h. 26-33.

Ketiga, faktor penting lainnya dalam mempengaruhi seseorang dalam menentukan pilihan sebuah produk adalah komunikasi yang dilakukan oleh seseorang dari mulut ke mulut atau *word of mouth*. Penyebaran informasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari media social *on line* maupun *off line*, memiliki dampak yang positif bagi seseorang dalam memilih dan menentukan pilihan.¹⁹ Informasi yang menyebar melalui jaringan bisnis, sosial dan masyarakat yang dianggap sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.²⁰ Komunikasi dari mulut ke mulut atau *word of mouth* menyebar melalui jaringan bisnis, sosial dan masyarakat yang dianggap sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian Jasa Sewa Papan Bunga Rustic.²¹ Jasa Sewa Papan Bunga Rustic memulai bisnisnya hingga dapat berkembang saat ini, mengandalkan pemasaran mulut ke mulut (*word of mouth*). Berdasarkan pendapat konsumen, kebanyakan mengetahui dari percakapan dengan konsumen yang lebih dulu melakukan pembelian dan merasa puas atas produk fashion yang dibeli di toko ini.

Keempat, *Endorsement* merupakan salah satu strategi kreatif dalam periklanan yang sering digunakan oleh para pengusaha Papan Bunga Rustic untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi produk yang dimiliki serta

¹⁹ Deagiva Sutardjo, Silvya L. Mandey, dan Michael Ch. Raintung, Pengaruh Gaya Hidup, *Word of Mouth* dan *Endorsment* terhadap Keputusan Pembelian pada Gloriusgloriuss Store Manado, *Jurnal EMBA* Vol. 8 No. 4 Oktober 2020, h. 90 - 99

²⁰ Rembon, A., Mananeke, L., dan Gunawan, E. (2017). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Kangzen Kenko Indonesia di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 5, No. 3, h. .4585-4594

²¹ *Ibid*

mendongkrak omset penjualan secara luas dan cepat.²² Dengan melakukan promosi konsumen dapat dengan mudah mengetahui sebuah produk yang dikemas menarik dan ini merupakan cara yang paling efektif untuk menarik konsumen agar tertarik dan berfikir untuk menggunakan produk tersebut. Menggunakan internet dan social media yang bisa meningkatkan minat masyarakat untuk membeli yaitu bisa dengan cara *endorsement* untuk sebagai alat media untuk lebih banyak dikenal dalam mempromosikan produknya. *Endorsement* sendiri merupakan salah satu cara iklan dengan menggunakan *endoser* atau akun yang memiliki banyak followers untuk melakukan suatu promosi untuk menarik perhatian masyarakat akan sebuah produk.²³

Endorsement merupakan salah satu strategi kreatif dalam periklanan yang sering digunakan oleh para pengusaha online shop untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi produk yang dimiliki serta mendongkrak omset penjualan secara luas dan cepat.²⁴ Jasa Sewa Papan Bunga Rustic dalam aktivitas mempromosikan produknya, sejak tahun 2018 mencoba untuk melakukan aktivitas *endorsement* yang dinilai efektif menarik perhatian calon konsumen. Jasa Sewa Papan Bunga Rustic melakukan aktivitas *endorsement* melalui media sosial

²² H. Cahya, Pengaruh Testimonial dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Melalui Media Sosial Instagram pada Toko Queena Hijab Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. Vol. 4, No. 6, tahun 2018, h. 1384-1398.

²³ A. Firdayanti., Amalia Putri, D., Risuandi, D., & Niar Ramadhini, R. Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Dan Endorsement. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Vol. 3, No. (1), (2022), h. 191-200

²⁴ Cahya, H. (2018). Pengaruh Testimonial dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Melalui Media Sosial Instagram pada Toko Queena Hijab Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. Vol. 4, No. 6, h. 1384-1398.

facebook dan instagram. Adapun endorser yang bermitra dengan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic adalah para influencer media sosial atau selebgram yang ada di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Gaya Hidup Desain Word Of Mouth Dan Endorsement Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic Di Kota Pekanbaru*”.

B. Permasalahan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas ada beberapa permasalahan yang perlu diidentifikasi, yaitu;

- a. Terdapat perbedaan pendapatan di kalangan pengusaha Papan Bunga Rustic di Pekanbaru;
- b. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa sewa Papan Bunga Rustic di Pekanbaru;

2. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dipaparkan di atas, maka penelitian ini akan dibatasi pada pengaruh gaya hidup, desain, *word of mouth* dan *endorsement* terhadap keputusan menggunakan jasa sewa papan bunga *rustic* di kota Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru?
- b. Apakah terdapat pengaruh Desain Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru?
- c. Apakah terdapat pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru?
- d. Apakah terdapat pengaruh *Endorsement* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru?
- e. Apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama Gaya Hidup, Desain, *Word Of Mouth*, dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut ini;

1. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
2. Untuk mengetahui pengaruh Desain Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
3. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan

Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;

4. Untuk mengetahui pengaruh *Endorsement* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
5. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama Gaya Hidup, Desain, *Word of Mouth*, dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* Di Kota Pekanbaru?

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara Teroretis

Penelitian ini, diharapkan memberikan hasil bagi pengembangan teori dibidang Ekonomi Syariah dan dapat memberikan kontribusi dalam penelitian selanjutnya. Selain itu, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya khazanah, intelektual, dan menambah wawasan dan cakrawala berfikir serta sebagai bahan bacaan yang baik bagi penulis maupun bagi mahasiswa.

2. Kegunaan Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan berkontribusi bagi para pelaku Usaha Papan Rustic di Kota Pekanbaru, pemerintah, dan masyarakat diharapkan hasil penelitian ini dimanfaatkan dikehidupan sehari-hari tentang pemikiran ekonomi syariah dan kaitannya dalam kehidupan bermasyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Kajian Teori

1. Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic

Keputusan untuk menggunakan jasa atau keputusan untuk melakukan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk menentukan apakah ia menerima atau menolak atas tawaran yang diberikan oleh penjual.¹ Dalam Islam, konsep sewa atau jasa sewa ini disebut dengan *al-Ijarah*, yaitu sebuah keputusan untuk melakukan perjanjian atau akad yang didalamnya berisi mengenai perjanjian sewa menyewa yang mana terjadi sebuah pemindahan hak guna sebuah barang atau benda, yang didalamnya hanya diambil manfaatnya, bukan untuk di miliki bendanya.² Dengan kata lain bahwa *ijarah* merupakan kegiatan sewa menyewa yang di ambil dari jasa maupun mafaatnya dengan upah ,yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak yang melakukan akad. Hal itu dikarenakan akad ijarah merupakan sebuah akad yang dimana didalamnya terjadi transaksi pengupahan guna mendapatkan jasa, barang, maupun kebutuhan yang diinginkan. Oleh sebab itu pihak yang terjalin kesepakatan harus mengetahui apa isi perjanjian

¹ Hartono, Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Pengguna Jasa di JNE Mojokerto, *Jurnal IJB*, Vol. 11. No. 1, 2012, h. 2

² Ghufroon A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 182.

satu sama lain.³

Sewa menyewa dan upah dalam bahasa Arab disebut *Ijarah*. *Al-Ijarah* berasal dari kata *al-ajru* yang menurut bahasanya ialah *al-iwadh* yang arti dalam bahasa Indonsianya ialah ganti dan upah.⁴ Sementara etimologi, *Ijarah* bermakna menjual manfaat. Dalam arti luas, *Ijarah* adalah akad atas kemanfaatan suatu barang dalam waktu tertentu dengan pengganti sejumlah tertentu yang telah disepakati. *Ijarah* adalah perjanjian sewa menyewa suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa.⁵ *Ijarah* adalah transaksi sewa-menyewa atas suatu barang dan/atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa.⁶

Beberapa pandangan para ulama, menyebutkan makna *ijarah* ini di antaranya adalah dikalangan Ulama Hanafiah, yakni *ijarah* adalah “Akad untuk membolehkan pemilikan manfaat yang diketahui dan disengaja dari disengaja dari suatu zat yang disewakan dengan imbalan.”⁷ Sementara di kalangan Ulama Maliki, memaknai *ijarah* adalah “Nama bagi akad-akad untuk kemanfaatan yang bersifat manusiawi dan untuk sebagian yang dapat dipindahkan”.⁸

Dari beberapa makna *ijarah* di atas, ada yang memaknai sebagai upah atau

³ Abu Bakar Jabi Al-Jaza'iri, *Minhajul Muslim: Konsep Hidup Ideal dalam Islam* (Darul Haq, 2020), 678-679

⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h

⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Prenadamedia group, 2013), h. 245

⁶ Abdul Ghafur Anshari, *Reksa Dana Syari'ah*, (Bandung: Refika Aditama, 2008), h. 25.

⁷ Abdurrahman Al-Jaziri, *al-Fiqh 'Ala Madzahib al-Arba'ah*, (Berlut: Dar al-Qalam, t.th), h. 94

⁸ *Ibid*

gaji, ada juga yang memaknai sewa. Hal ini, menunjukkan adanya perbedaan penerjemahan kata *Ijarah* dari bahasa Arab ke bahasa Indonesia, antara sewa dan upah, serta perbedaan makna operasionalnya. Sewa biasanya digunakan untuk hal-hal, seperti mahasiswa menyewa kamar untuk tinggal sambil belajar, menyewa jasa papan bunga, sedangkan upah digunakan untuk bekerja, seperti seseorang yang memberikan keahliannya untuk kemudian dijadikan sebagai jasa untuk diberi upah, pada setiap dua minggu atau sebulan sekali. Dengan begitu, dalam bahasa arab kata *ijarah* bisa bermakna gaji dan sewa sekaligus.

Dalam konteks penelitian ini, yang dimaksud dengan *ijarah* adalah sewa jasa yang diberikan oleh toko Papan Bunga. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh fatwa DSN-MUI No. 09/DSN-MUI/IV/2000, *Ijarah* adalah akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri.⁹

Untuk sampai pada akad atau transaksi sewa-menyewa, biasanya seseorang akan menimbang-nimbang toko manakah yang akan dia pilih untuk disewa atau tidak produk dari toko tersebut. Proses ini, dalam teori ekonomi disebut dengan keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen. Oleh Kotler dan Armstrong keputusan ini diartikan sebagai keputusan pembeli tentang merek yang paling disukai. Dalam menentukan keputusan pembelian,

⁹ Rumah, Pengertian dan Tata Cara *Ijarah* Dalam Properti, artikel dari https://www.rumah.com/pengertian_dan_tata_cara_ijarah_dalam_properti Diakses pada 26 Mei 2022

konsumen akan dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan.¹⁰ Pengambilan keputusan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam usaha memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi kemudian menetapkan berbagai alternatif yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan lingkungan organisasi.¹¹

Keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan kata lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.¹² Menurut Amirullah pengambilan keputusan ialah proses memilih suatu alternatif atau cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi.¹³ Pengambilan keputusan memerlukan satu tindakan, membutuhkan beberapa langkah. Dapat saja langkah-langkah itu terdapat dalam pikiran seseorang yang sekaligus mengajaknya berpikir sistematis. Keputusan penggunaan jasa adalah suatu keputusan yang dibuat oleh konsumen untuk melakukan pilihan atas suatu produk yang diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan.

Adapun tahap-tahap proses pengambilan keputusan oleh konsumen dapat dilihat pada gambar berikut ini:

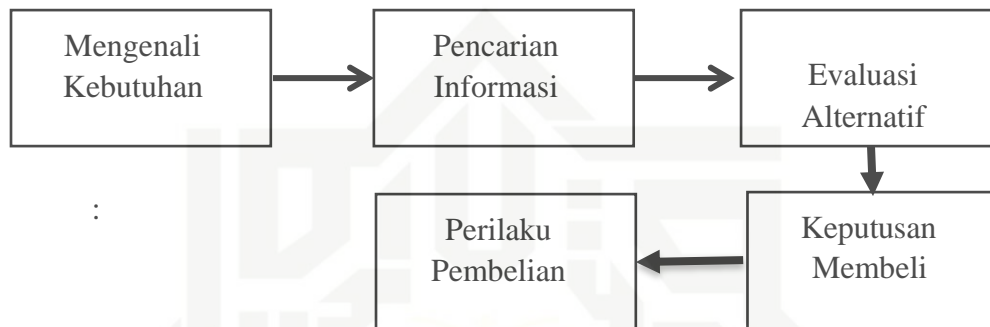
¹⁰ Ria Yunita Dewi, et al. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Manajmen*, Vol. 14. No. 2, 2017, h. 3

¹¹ Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), h.171

¹² Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. *Customer Behavior*. (USA: Prentice Hall Inc, 2004), h. 485

¹³ Amrullah dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 61

Gambar 2.1
Proses Pengambilan Keputusan Pembelian



Sumber: Kotler dan Amstrong (2016)

Berdasarkan gambar di atas, maka dapat dijelaskan disini adalah; *Pertama*, Mengenalinya kebutuhan. Proses pembelian dimulai dari mengenalinya kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dengan sejumlah keadaan yang diinginkan. Kebutuhan tersebut dipicu oleh faktor internal maupun eksternal. Selanjutnya pemasar meneliti konsumen untuk mengetahui kebutuhan dan permasalahan yang menyebabkan kebutuhan tersebut muncul. Hal tersebut dilakukan untuk menuntun konsumen membeli produk;

Kedua, Pencarian informasi. Konsumen yang tergerak akan mencari informasi tambahan. Jika dorongan konsumen kuat dan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya maka konsumen cenderung akan membelinya. Informasi dapat didapat dari berbagai sumber mulai dari teman, iklan, media massa, pribadi atau keluarga bahkan dari pengalaman menggunakan produk

tersebut.

Ketiga, Evaluasi alternatif. Merupakan tahap keputusan pembeli yang mana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi berbagai merek alternatif di dalam serangkaian pilihan. Cara konsumen melakukan sebuah evaluasi terhadap pembeliannya tergantung kepada konsumen individual dan situasi pembeliannya.

Keempat, Keputusan membeli atau Merupakan tahap di mana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Dalam tahap ini konsumen menyusun peringkat merek dan membentuk kecenderungan atau niat pembelian. Secara umum, keputusan pembelian konsumen akan membeli merek yang paling konsumen tersebut sukai.

Kelima. Perilaku pembelian Merupakan tahap keputusan pembeli konsumen secara aktual melakukan pembelian berdasarkan pada kepuasan atau ketidakpuasan setelah membeliproduk.

Menurut Kotler pengambilan sebuah keputusan pembelian tidak pernah luput dari masalah perilaku konsumen itu sendiri.¹⁴ Pada dasarnya perilaku konsumen tidak dapat terpisahkan dari perilaku manusia pada umumnya, karena perilaku konsumen adalah suatu manifestasi perilaku manusia dengan segala kebutuhan, keinginan dan keterbatasan. Mereka yang memiliki pendapat untuk menentukan barang atau jasa yang mana akan menjadi prioritas untuk

¹⁴ Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2016), h. 177

dibeli, mana yang dapat ditunda dan mana yang dapat digantikan dengan produk pengganti (substitusi) serta mana produk yang tidak perlu dibeli.

Menurut James F. Engel dkk sebagaimana dikutip oleh Effendi, bahwa yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan konsumen adalah pengaruh budaya, kelas sosial, pribadi, keluarga dan situasi. *Pertama*, Pengaruh budaya: budaya digunakan dalam studi pemasaran terutama dalam perilaku konsumen, mengacu pada nilai, gagasan, artefak, dan simbol-simbol lain yang bermakna yang membantu individu untuk berkomunikasi, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat; *Kedua*, Pengaruh kelas sosial: kelas sosial merupakan pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagai nilai, minat dan perilaku yang sama; *Ketiga*, Pengaruh pribadi: individu sebagai konsumen perilaku perilakunya kerap kali dipengaruhi oleh mereka yang berhubungan erat dengan individu lain; *Keempat*, Pengaruh keluarga: kerap merupakan unit pengambilan keputusan utama tentu saja dengan pola peranan fungsi yang kompleks dan bervariasi; dan *Kelima*, Pengaruh situasi: Pengaruh situasi dapat dipandang sebagai pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang lepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek.¹⁵

Dalam system *ijarah*, terdapat rukun dan syaratnya.¹⁶ Di antaranya adalah

¹⁵ Usman Efendi., *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), h. 249- 252

¹⁶ Terdapat beberapa rukun *ijarah* di atas yang akan diuraikan sebagai berikut; *Pertama*, adanya *Aqid*, yaitu *mu'jir* dan *mustajir*. *Mu'jir* adalah orang yang memberi sewa, sedangkan *Musta'jir* adalah orang yang dibayar untuk memperkerjakan dan melakukan sesuatu; *Kedua*, Sighat Akad, yaitu adanya

ijab dan *qabul*. Kedua istilah ini, merupakan tuntutan yang wajib, dalam Hukum Perikatan Islam, *ijab* diartikan dengan suatu pernyataan janji atau penawaran asal pihak pertama untuk melakukan serta tidak melakukan sesuatu. Dalam konteks riset ini, *ijab* merupakan daya tawar yang dimiliki oleh toko papan bunga, yang bisa menarik perhatian atau keinginan konsumen agar menetapkan pilihan kepadanya. Sedangkan *qabul* merupakan suatu pernyataan atau persetujuan yang diucapkan oleh konsumen. Syarat-syaratnya sama menggunakan syarat *ijab-qabul* pada jual beli, hanya saja *ijab* dan *qabul* pada *ijarah*, wajib menjelaskan masa atau waktu yang ditentukan.¹⁷

Selain itu, dalam rukun *ijarah*, keputusan untuk melakukan pemilihan atas produk atau komoditas tertentu, mesti didasarkan kepada asas manfaat. Azas ini, di antaranya misalnya adalah:

- a. Kepentingan subjek pada sewa wajib didefinisikan dengan jelas. Ini bisa dilakukan, contohnya, menggunakan pemeriksaan transparansi atau dengan memberi memahami pemilik perihal kualitas artikel yang berguna;
- b. Benda *ijarah* bisa diserahkan serta digunakan secara pribadi dan tanpa cacat yang merusak manfaatnya. Transaksi *Ijarah* berbasis aset tidak terbukti berada pada penguasaan pihak ketiga;
- c. Tujuan *ijarah* serta kepentingannya tidak bertentangan dengan syariah.

ijab dan *qabul*; *Ketiga*, adanya uang sewa atau upah; *Keempat*, adanya unsur manfaat dari komoditas (*ma'qud 'alaih*) yang ditawarkan. Lihat Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah* (Jakarta: Ilmu Dan Amal, 2006), 205; lihat pula Ahmad Farroh Hasan, *Fiqih Muamalah Klasik Hingga Kontemporer (Teori Dan Praktis)* (Malang: UIN Maliki Pers, 2018), h. 52

¹⁷ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 118.

- contohnya, persewaan VCD pornografi serta persewaan tempat tinggal untuk melakukan aktivitas illegal;
- d. Penyewa menerima laba langsung dari suatu objek. contohnya, menyewakan tempat tinggal buat ditinggali, mobil untuk dikendarai, dll. Tidak diperbolehkan untuk menyewakan keuntungan objek secara tidak langsung. seperti menyewakan pohon mangga untuk buahnya atau menyewakan ternak untuk buah, telur, bulu atau susu;
- e. Barang yang dikenakan ijarah haruslah barang alam, yaitu barang yang bisa dipakai berkali-kali tanpa kehilangan mutu dan pengelolaannya. Sedangkan harta istihlaki ialah harta yang sudah rusak atau degradasi sebab pemakaian. Ibarat makanan, buku catatan, ijarah tidak ada nilainya.¹⁸

Keputusan adalah pembuatan pilihan atas dua atau lebih alternatif yang ada. Hal ini dilakukan sebagai reaksi terhadap suatu masalah yang dihadapi.¹⁹ Berdasarkan makna ini, maka ada beberapa indikator keputusan seseorang dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa, yaitu sebagai berikut:

Pertama. Kemantapan pada sebuah produk. Dalam melakukan keputusan pembelian, nasabah akan memilih salah satu dari beberapa alternative yang ada. Pilihan tersebut didasarkan pada kualitas, mutu, harga, dan faktor-faktor lain yang dapat memantapkan keinginan nasabah untuk membeli dan menggunakan suatu produk. Nasabah akan melihat apakah produk itu benar-

¹⁸ Ahmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Klasik Hingga Kontemporer....*, h. 54

¹⁹ Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Andi, 2013), h. 42

benar dibutuhkan.

Kedua, Kebiasaan dalam membeli produk Kebiasaan nasabah dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nasabah akan merasa produk tersebut sudah melekat dibenaknya karena nasabah sudah merasakan manfaat dari produk tersebut.

Ketiga, Memberikan rekomendasi kepada orang lain Dalam melakukan keputusan pembelian, apabila nasabah sudah mendapatkan manfaat yang diharapkan dari suatu produk, maka nasabah akan merekomendasi kepada nasabah lain. Nasabah ingin agar nasabah lain merasakan bahwa produk tersebut sangat bagus dan lebih baik dari produk lain; dan

Keempat, Melakukan pembelian ulang Kepuasan nasabah dalam membeli dan menggunakan sebuah produk menyebabkan nasabah melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut.

Dalam penelitian ini, *ma'qud 'alaih*-nya adalah Papan Bunga Rustic. Papan bunga rustic merupakan papan bunga yang dibentuk dengan tekstur yang kasar dan halus menggunakan tema kayu yang terkesan kuno serta jadul. Meskipun demikian, papan bunga dari kayu masih sering digunakan untuk memberikan ucapan selamat pada pernikahan. Rustic, dalam dunia arsitek dan interior, merupakan tekstur yang kasar dan tidak difinishing dengan baik. Papan bunga ini tentu memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan sainganya papan bunga suyok.

Papan bunga suyok adalah papan yang berbahan dasar busa, foam T (spons hitam), kain aflo, dan dimana untuk tulisannya bunga suyok yang ditusuk oleh jarum. Terinspirasi dari bunga suyok jepang yang saat ini sudah mulai langka. Untuk harga dari papan bunga suyok ini lebih murah dibandingkan papan bunga rustic.

Papan bunga rustic dan suyok biasanya dikirimkan oleh seseorang ketika dalam suatu acara momen tertentu, seperti dalam acara pernikahan, peresmian, wisuda, tuangan aqiqah, duka cita, hari raya atau bahkan perayaan ulang tahun, ataupun sekedar ucapan aspirasi. Berikut adalah tabel perbedaan kisaran harga papan tersebut.

Tabel 2.1
Daftar Harga Papan Bunga Rustic dan Suyok

Jenis	Papan bunga rustic	Papan bunga suyok
Single	Rp 180.000-250.000	Rp 100.000-150.000
Gandeng	Rp 350.000-600.000	Rp150.000-300.000
Single premium	Rp. 250.000-350.000	Rp. 250.000-600.000
Gandeng premium	Rp. 400.000-1.000.000	Rp. 400.000-1.000.000

Sumber: Data diolah, 2023

Untuk mencapai tujuan dari perusahaan, yaitu agar terjadinya proses *ijab* dan *qabul*, maka sebuah perusahaan atau penjual ataupun yang memberi sewa harus mampu mengatasi hal-hal atau factor-faktor yang mempengaruhi penyewa, dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen melakukan keputusan pembelian.²⁰ Faktor-faktor itu, bisa berasal dari internal

²⁰ Ratna Dwi Jayanti, Pengaruh Harga & Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara

dan eksternal. Faktor eksternal terdiri dari faktor Budaya, Sosial, dan Faktor pemasaran (prodak, *world of mouth*, *Endorsement*, *desain*, dan lain-lain). Sedangkan faktor internal yaitu faktor pribadi (gaya hidup) dan psikologi.²¹

2. Pandangan Islam Mengenai Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan oleh Assael disebut *need arousal*.²² Didalam al-Qur'an dijelaskan pula ayat tentang sikap hati-hati dalam menentukan sebuah keputusan:

Hai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu. (QS. al-Hujurat: 6).²³

Pada ayat ini dijelaskan kita harus berhati-hati dalam memilih sesuatu agar tidak merugikan diri sendiri atupun pihak-pihak yang terkait. Pengambilan keputusan juga dijelaskan dalam QS. al-Maidah : 100, sebagai berikut:

Katakanlah (Muhammad): tidaklah sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya keburukan itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat, agar kamu beruntung.” (QS. al- Maidah :100).²⁴

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa kita harus mengambil sesuatu yang baik meskipun itu hanya sedikit dan tidak menarik hati namun mengandung

Online (Studi Kasus pada Harapan Maulina Hijab Jombang), *Jurnal Manajemen*, Volume X. No. 1, April 2015, h. 18

²¹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Pren Hallindo, 1997), h. 222.

²² Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), h. 15

²³ Depag RI, *Al-Quran Keluarga*, Ed. Hasanah, (Bandung: Media Fitrah Rabbani, 2020), h.516

²⁴ *Ibid*, 124

kemaslahatan daripada mengambil sesuatu yang banyak dan menarik hati namun mengandung unsur kemudharatan.

3. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia²⁵. Sedangkan menurut Setiadi gaya hidup adalah secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya (pendapat).²⁶

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikir pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai

²⁵ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), 192.

²⁶ J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana, 2008), 148.

hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen.²⁷

Gaya hidup adalah konsep yang lebih kontemporer, lebih komprehensif, dan lebih berguna dari pada kepribadian. Karena alasan ini, perhatian yang besar harus dicurahkan pada upaya memahami konsepsi atau kata yang disebut Gaya hidup, bagaimana gaya hidup diukur, dan bagaimana gaya hidup digunakan. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variabel lain. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.²⁸

Gaya hidup hanyalah salah satu cara untuk mengelompokkan konsumen secara psikografis. Gaya hidup (*Life style*) pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Ada orang yang senang mencari hiburan bersama kawankawannya, ada yang senang menyendiri, ada yang bepergian bersama keluarga, berbelanja, melakukan aktivitas yang dinamis, dan ada pula yang memiliki dan waktu luang dan uang berlebih untuk kegiatan sosial-keagamaan. Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Memahami kepribadian tidaklah lengkap jika tidak memahami konsep gaya hidup. Gaya hidup adalah konsep yang lebih baru

²⁷ Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana, 2010), 77-79.

²⁸ James F. Engel, et. al., *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 383.

dan lebih mudah terukur dibandingkan kepribadian. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya.

b. Faktor faktor yang mempengaruhi gaya hidup

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup (*Life Style*) Menurut pendapat Amstrong gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjut Amstrong menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsidengan penjelasannya sebagai berikut:²⁹

Pertama, Sikap. Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

Kedua, Pengalaman dan Pengamatan. Pengalaman dapat

²⁹ Nugraheni, W. N. A, *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Ditinjau dari LokasiTempat Tinggal*, (Surakarta: Skripsi Fakultas Psikologi UMS, 2003)

mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

Ketiga, Kepribadian. Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

Keempat, Konsep Diri. Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awal perilaku.

Kelima, Motif. Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

Keenam, Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur,

dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

4. Desain

Menurut Mahmud Machfoeds design dari sebuah produk adalah cara lain untuk mempertajam perbedaan dengan produk perusahaan pesaing dapat ditempuh melalui desain produk.³⁰ Design merupakan suatu konsep yang lebih besar dari pada model. Menurut Wawan Dewanto dkk *Design Product* merupakan cara lain untuk mendapatkan nilai tambah produk dimata penggunanya.³¹ Desain adalah cara atau konsep yang mampu mewakili dan menggambarkan sebuah produk.

Menurut Rian Pramono. Design adalah nilai yang terkandung dalam suatu produk dan berupa penampilan produk yang khas dan menarik serta menjadi pembeda dengan produk pesaing, dimana desain produk dapat menghasilkan daya pikat tersendiri yang menarik.³² Sedangkan menurut Kotler dan Keller. design product adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.³³

Dari pendapat beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Design

³⁰ Mahmud Machfoeds, *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi*. (Yogyakarta. BPFE – Yogyakarta, 2005), h. 126

³¹ Wawan Dewanto dkk, *Manajemen Inovasi: Peluang Sukses Menghadapi Perubahan* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014)

³² Rian Pramono. *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)*. Undergraduate thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis. UNDIP Semarang, 2012

³³ Phillip Kotler dan K. L. Keller. *Marketing Management*. (New Jersey: Prentice Hall, 2009), h. 10

adalah nilai dan ciri khusus penampilan produk yang khas, menarik, serta fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa dan fungsi produk.

Sementara itu, beberapa faktor yang mempengaruhi Design menurut Rustam Efendy adalah,³⁴ *Pertama*, Penampilan bentuk luar Penampilan bentuk luar ditentukan oleh ukuran, kematangan, model, warna campuran, dimensi, sifat-sifat yang lain yang akan menunjukkan kepada konsumen mengenai rasa, keindahan, kegunaan, kelainan-kelainan lainnya.

Kedua, Konstruksi Ikatan dari bagian-bagian dan material yang memberikan kesenangan lebih besar kepada pemakainya, pemeliharaan yang lebih mudah, operasi yang lebih ekonomis, keawetan yang lebih besar, kehidupan yang lebih panjang, lebih dapat dipercaya, lebih cepat bergerak, lebih indah dan memuaskan serta harga yang lebih murah.

Ketiga, Kemampuan produk Kemampuan dari peralatan dan personalia untuk membuat desain yang ekonomis ataupun kemampuan yang menghasilkan. Produk baru biasanya selalu diperbaiki. Perbaikan dilihat dari segi ekonomis, teknis maupun lama pemakaian.

Keempat, Tersedianya modal Modal harus cukup membiayai untuk kemungkinan-kemungkinan seorang produsen membeli fasilitas-fasilitas, alat-alat yang berguna, material-material yang membuat barang-barang baru atau barang-barang yang diperbaiki. Setiap penyempurnaan atau pengembangan produk para tujuan yang bisa diterima oleh konsumen secara kontinyu

³⁴ Rustam Efendy, *Produksi dalam Islam*, (Yogyakarta: Magostra Insani Press, 2003), h. 18 - 23

memberikan pembiayaan-pembiayaan yang tidak sedikit.

Kelima, Penggunaannya Untuk produk harus dipertimbangkan pendekatan dalam mendesain sebaik mungkin sebagaimana konstruksi dalam, agar supaya melengkapi kegunaan yang lebih besar dan kegunaan pada pemakai. Konsumen sekarang selalu menginginkan kemudahan, kepraktisan, tahan lama dan harga lebih murah.

Keenam, Hubungan dengan produk yang sejalur Desain suatu produk harus dipertimbangkan dalam hubungan dengan produk satu jalur. Jika persamaan diinginkan desain harus disesuaikan dengan barang lain. Untuk mensesuaikan suatu produk maka dibuatlah produk yang harus memperhitungkan bentuk, rupa lain dari hubungan dengan produk yang lain, produk yang pemakaiannya saling melengkapi.

Ketujuh, Syarat-syarat service Service yang mekanis, pemeliharaannya yang mudah dikehendaki oleh produk baru, atau produk yang telah diperbaiki harus dipertimbangkan dalam konstruksi dan penampilannya. Dengan kemajuan yang semakin tinggi khususnya dalam bidang elektronik, maka produk-produk yang bermunculan melengkapi dirinya dengan kenyamanan, kemudahan, serta keindahan-keindahan yang makin tinggi.

Kedelapan, Desain yang bersaing Desain produk yang bersaing dapat mempengaruhi rupa dan konsumsi produk. Sebagai bahan perlu mengetahui desain bahan pesaing. Perlu diselidiki kualitas, rupa, ketahanan, kemampuan, umur barang yang bersangkutan dll.

Adapun yang menjadi indikator design dalam penelitian ini adalah antara lain: *produk standar*, *customized product* (produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan spesifik), dan produk standar dengan modifikasi.

- a. Desain produk standar Tujuan desain produk standar adalah meningkatkan skala ekonomis perusahaan melalui produksi massal. Keunggulannya antara lain: keunggulan biaya lewat biaya produksi yang lebih murah dibandingkan *customized product* dan faktor *experience effect* (biaya per unit menurun seiring dengan peningkatan volume produksi dalam batas-batas tertentu), dan produk yang dapat dipasarkan secara nasional secara lebih efisien;
- b. *Desain customized product* (produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan spesifik) *Customized product* cocok dipilih apabila perusahaan bermaksud memanfaatkan fleksibilitas desain produk sebagai strategi bersaing menghadapi para produsen massal produk-produk standar. Produk semacam ini dipasarkan berdasarkan kualitas produk akhir yang disesuaikan dengan spesifikasi yang dikehendaki pelanggan. perusahaan biasanya berinteraksi dengan pelanggan dalam memantau proses operasi/produksi hingga produk selesai dibuat. Secara umum *customized product* lebih cocok diterapkan perusahaan kecil, namun, itu tidak berarti bahwa perusahaan besar tidak akan sukses menerapkannya. Sukses tidaknya *Customized product* tergantung pada karakteristik produk;
- c. Produk standar dengan modifikasi Desain produk standar dengan modifikasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berusaha mengkombinasikan manfaat dari dua tipe desain sebelumnya (desain produk standart dan customized product).

Dalam penelitian ini yang dipakai sebagai indikator design product menggunakan dimensi menurut Fandy Tjiptono yaitu : 1. Produk standar 2. Customized product (produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan spesifik) 3. Produk standar dengan modifikasi.³⁵

5. Word Of Mouth

Word Of Mouth (WOM) atau komunikasi mulut ke mulut merupakan segala bentuk pemberitahuan atau informasi yang berisi pengalaman seseorang setelah membeli suatu produk, yang dikomunikasikan kepada orang lain secara individu maupun kelompok. *Word of mouth* merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk mengurangi biaya promosi dan alur distribusi sebuah perusahaan. *Word of mouth* dapat mempengaruhi orang lain, image, dan pikiran. *Word of mouth* memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen dan minat beli konsumen.

Menurut Hasan, *word of mouth* merupakan bagian dari strategi promosi dalam kegiatan pemasaran yang menggunakan orang ke orang yang puas untuk meningkatkan kesadaran produk dan menghasilkan tingkat penjualan tertentu.³⁶

Definisi word of mouth menurut Sumardi dalam Sari, adalah kegiatan pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan,

³⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), h. 252-253

³⁶ Fanny Puspitasari, Tri Yuniati, Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 5 No 6, Juni 2016.

merekomendasikan hingga menjual merek suatu produk kepada calon konsumen lainnya.³⁷

Sedangkan menurut Rangkuti, *word of mouth* dapat memasarkan suatu produk dan jasa dengan virus marketing melalui pembicaraan, promosi, rekomendasi dari pelanggan tentang produk dan jasa kepada orang lain secara antusias dan sukarela. *Word of mouth* mampu menyebar begitu cepat bila pelanggan atau individu yang menyebarkannya memiliki jaringan.³⁸

Poerwanto dan Zakaria dalam Sudarso, mengatakan pemasaran *word of mouth* adalah satu-satunya metode promosi dari pelanggan ke pelanggan, dan untuk pelanggan. *Word of mouth* adalah saluran komunikasi yang sudah pernah mengonsumsi sebuah produk atau menggunakan jasa perusahaan, dan memperoleh kepuasan kemudian merekomendasikannya kepada orang lain tentang pengalamannya.³⁹

Definisi *word of mouth* menurut *Word Of Mouth Marketing Association* (WOMMA) dalam Sumardy, adalah sebagai aktifitas dimana konsumen memeberikan informasi mengenai suatu merek atau produk kepada konsumen lainnya.⁴⁰ Sedangkan Khasalin, mengartikan *word of mouth* sebagai suatu hal

³⁷ Rahma Nurvidiana Dkk, Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Republica Cafe Malang Jalan Mt. Haryono Gg.XI Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 22 No. 2, Mei 2015x

³⁸ Iha Haryani Hatta, Setiarini, Pengaruh Word Of Mouth Dan Switching Cost Terhadap Keputusan Pembeli San Loyalitas, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 19 No. 1, 2018

³⁹ Andriasan Sudarsono, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Perbit Deepublish, 2016), h. 17

⁴⁰ Freddy Rangkuti, *Strategi Semut Merah Melawan Gajah untuk Membangun Brand Personal, Produk Dan Perusahaan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 113

yang dibicarakan banyak orang. Pembicaraan terjadi dikarenakan ada kontroversi yang membedakan dengan hal-hal yang biasa dan normal dilihat orang.⁴¹

Manfaat *word of mouth* sebagai sumber informasi yang kuat dalam mempengaruhi minat pembeli menurut Hasan, sebagai berikut:⁴²

- a. WOM adalah sumber informasi yang independen dan jujur (ketika informasi datang dari seorang teman itu lebih kredibel karena tidak ada association dari orang dengan perusahaan atau produk);
- b. WOM sangat kuat karena memberikan manfaat kepada yang bertanya dengan pengalaman langsung tentang produk melalui pengalaman teman dan kerabat;
- c. WOM disesuaikan dengan orang-orang yang terbaik didalamnya, seseorang tidak akan bergabung dengan percakapan, kecuali mereka tertarik pada topik diskusi;
- d. WOM menghasilkan media iklan informal;
- e. WOM dapat mulai dari satu sumber tergantung bagaimana kekuatan influencer dan jaringan sosial itu menyebar dengan cepat dan secara luas kepada orang lain;
- f. WOM tidak dibatasi ruang atau kendala lainnya seperti iklan sosial, waktu,

⁴¹ Agus Irwanto Dkk, Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, Dan Pengaruhnya Pada Terbentuknya Word Of Mouth Di Perumahan Madani Group Jabodetabek, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 11 No. 1, Maret 2013

⁴² Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020), h. 299

keluarga atau hamabatan fisik lainnya.

Dari perspektif strategi pemasaran word of mouth terdiri dari tiga level, yaitu:⁴³ *Pertama*, Talking, merupakan tahap pertama WOM yang paling mendasar dan sering terjadi atau dilakukan. Pada tahapan ini konsumen membicarakan produk/merek perusahaan, namun tidak berhubungan langsung dengan penjualan; *Kedua*, Promoting, tahap ini merupakan tingkat dimana konsumen mulai mempromosikan produk perusahaan kepada orang lain; *Ketiga*, Selling, tahap dimana konsumen menjual produk perusahaan. Ini merupakan tahapan WOM yang paling penting bagi suatu perusahaan. Pada tahapan ini konsumen melakukan suatu komunikasi pemasaran yang tanpa mereka sadari membantu menjual suatu produk.

Ada tiga hal yang menjadi faktor agar orang lain membicarakan produk atau jasa dalam *word of mouth marketing* menurut Andy Sernovitz dalam Anang (2019) yaitu:⁴⁴

- a. Be Interesting; Dengan menciptakan suatu produk atau jasa yang menarik dan mempunyai perbedaan, dan terkadang walaupun perusahaan menciptakan produk sejenis, produk dan jasa tersebut akan mempunyai karakteristik tersendiri atau berbeda agar menarik untuk diperbincangkan. Perbedaan ini bisa dilihat dari berbagai hal misalnya packaging atau

⁴³ Nana Triapnita Nainggola, Dkk, *Perilaku Konsumen Di Era Digital*, (Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 166-167

⁴⁴ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Dasar dan Konsep*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), h. 166 – 167

- guarantee produk atau jasa tersebut.
- b. Make People Happy; Buat produk yang mengagumkan, ciptakan pelayanan prima, perbaiki masalah yang terjadi, dan pastikan suatu pekerjaan yang perusahaan lakukan dapat membuat konsumen membicarakan produk ke teman mereka. Mereka akan membantu perusahaan, mensupport bisnis perusahaan dan akan mengajak orang lain untuk mencoba sebuah produk atau jasa yang ditawarkan. word of mouth akan mudah terjadi apabila perusahaan dapat membuat konsumen merasa senang;
 - c. Earn Trust and Respect Perusahaan harus mendapatkan kepercayaan dan rasa hormat dari pelanggan. Jika tanpa adanya kepercayaan, maka konsumen akan enggan merekomendasikan produk atau jasa yang perusahaan tawarkan karena ini akan membahayakan citra harga dirinya. Komitmen terhadap informasi yang diberikan dan membuat mereka juga merasa yakin untuk membicarakan tentang produk atau jasa tersebut, seperti pesan singkat agar semua orang mudah mengingatnya.

Indikator *word of mouth* menurut Widyastuti dan Erfan, yaitu:⁴⁵

- a. Memberikan rekomendasi yang baik tentang perusahaan;
- b. Merekomendasikan perusahaan kepada teman dan kolagen;
- c. Merekomendasikan kepada teman yang membutuhkan perusahaan yang serupa.

⁴⁵ Anita Puspasari, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 2 No 4, Oktober 2014

Munurut Yulius, indikator *word of mouth*, yaitu:

- a. Bersedia merekomendasikan kepada orang lain;
- b. Menceritakan hal baik kepada orang lain;
- c. Bersedia merekomendasikan pada media berbayar.

Sedangkan menurut *Word Of Mouth Marketing Association (WOMMA)* dalam Mangara indikator *word of mouth* merupakan usaha pemasaran yang dapat memicu konsumen untuk sebagai berikut:⁴⁶

- d. Membicarakan Konsumen bisa terlibat dengan suatu produk tertentu dan maksud membicarakan mengenai produk tersebut dengan orang lain, sehingga terjadi proses komunikasi *word of mouth*;
- e. Mempromosikan Konsumen menceritakan produk yang pernah dikonsumsinya tanpa sadar ia mempromosikan produk kepada orang lain;
- f. Merekomendasikan Konsumen bisa merekomendasikan suatu produk yang pernah dibeli kepada orang lain.

6. Endorsement

Endorsment dapat diartikan sebagai dukungan atau saran.⁴⁷ Bisa juga diartikan sebagai tindakan mendukung atau setuju terhadap sesuatu. Dewasa ini, endorsment dilakukan oleh artis/selebgram dalam media sosial instagram untuk memberikan dukungan kepada suatu produk agar produk tersebut lebih

⁴⁶ Mangara Abdul Khair Harahap, *Analisis Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth (WOM) terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus pada Mahasiswa FE UNY)*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013), Hal. 28-29

⁴⁷ Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi aspek tambahan komunikasi Terpadu.*, 459

banyak dikenal oleh masyarakat. Kata *endorse* sangat erat hubungannya dengan dunia pemasaran khususnya pada pemasaran online. Menurut Martin Roll, endorsement adalah saluran dari komunikasi merek, dimana selebriti berperan sebagai juru bicara dan mendukung merek tersebut dengan segala atribut kepopuleran, kepribadian, dan status sosial selebriti tersebut.⁴⁸

Dengan kata lain, *endorsement* adalah strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan tokoh terkenal seperti artis, fashion blogger, fashion stylish dan lain-lain sebagai alat pendukung dan penunjang ketertarikan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan di media sosial yang digunakan.⁴⁹ Sedangkan endorser atau selebriti adalah tokoh (aktor, penghibur, atau atlet) yang dikenal masyarakat karena prestasinya di dalam bidang-bidang yang berbeda dari golongan produk yang didukung. Para selebriti banyak diminta sebagai juru bicara produk. Kemungkinan, sebanyak seperempat dari semua iklan menggunakan dukungan selebriti.

Menurut McCraacken menyatakan bahwa “*a celebrity endorser is a public figure who has great popularity representing a brand in an advertisement.*”⁵⁰ Menurut Victor Eko Prasetyo Lombo dan Maria V. J. Tielung “*As celebrity endorser, they must certainly have some unique factors*

⁴⁸ Saporso dan Dian Lestari, “Peranan endorser terhadap brand image dari sudut pandang konsumen”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 9, No. 3, September (2009): 162

⁴⁹ Pratiwi Budi Utami, “Strategi Komunikasi pemasaran melalui endorsement pada online shop di Indonesia”, *Tesis*, Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa, (2014): 2.

⁵⁰ Syutria Lomboan, “The Impact Of Celebrity Endorsement On Brand Image”, *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3 Juni (2013): 789

which allow people to remember them, for instance they are good looking".⁵¹

Dari pengertian tersebut dapat diterjemahkan bahwa sebagai selebriti pendukung, mereka tentu harus memiliki beberapa faktor unik yang memungkinkan orang untuk mengingat mereka, misalnya mereka tampan. *Celebrity Endorsment* adalah semua individu yang dikenal public dan menggunakannya untuk kepentingan produk konsumen dengan tampil bersama produk tersebut dalam suatu iklan.⁵² Menurut Shimp endorser adalah Sebagai pendukung iklan atau juga yang dikenal sebagai bintang iklan yang mendukung produk yang diiklankan. Sedangkan menurut Bruno Hasson endorser diartikan sebagai Orang yang terlibat dalam penyampaian pesan, dapat secara langsung ataupun tidak langsung.⁵³

Daya tarik pesan juga menjadi salah satu daya tarik yang populer. Penggunaan rekomendasi dalam periklanan dimaksudkan untuk mempengaruhi sikap dan persepsi konsumen terhadap kualitas. Pertimbangan lain termasuk popularitas, daya tarik fisik, dll. Kriteria validator mencakup empat elemen: visibilitas, kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan. Visibilitas terkait dengan popularitas selebriti. Kredibilitas mengacu pada pengetahuan dan objektivitas

⁵¹ Victor Eko Prasetyo Lombo dan Maria V. J. Tielung, "The Impact Of Celebrity Endorsement To Youth Consumer Purchase Decision On Adidas Apparel Product", *Jurnal EMBA* Vol.2 No.3 September (2014): 1246

⁵² Valentine Parengkuan, Altje Tumbel dan Rudy Wenas, "Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado", *Jurnal EMBA* Vol.2 No.3 September (2014): 1800

⁵³ Yan Bayu Bramantya dan Made Jatra, "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.3, (2016): 1751.

selebriti. Daya tarik berkaitan dengan daya tarik, kepribadian, tingkat penilaian manusia, dan kesamaan dengan target audiens. Power adalah kemampuan untuk membujuk konsumen untuk membeli.⁵⁴ Jadi, indicator endorsement penelitian ini adalah.⁵⁵

- a. Kredibilitas sumber mewakili persepsi konsumen tentang keahlian dan pengalaman pendukung yang diketahui dari produk yang diiklankan, dan kepercayaan konsumen terhadap konsumen. Pengesahan dikenal untuk memberikan informasi yang objektif;
- b. Daya tarik sumber dukungan selebriti yang menarik dapat mendukung iklan dan dapat memicu minat publik untuk mendengar atau memperhatikan iklan; dan
- c. Kekuatan Sumber adalah daya tarik karyawan sumber untuk mempengaruhi pemikiran konsumen.

B. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran menunjukkan konsep berpikir peneliti sesuai dengan rumusan rumusan masalah sehingga pembahasan yang dilakukan lebih mudah untuk dipahami. Kerangka pemikiran menunjukkan hubungan atau keterkaitan antara variabel bebas penelitian, yakni gaya hidup (X^1), desain (X^2), *word of mouth* (X^3) dan *endorsement* (X^4) terhadap keputusan menggunakan jasa (Y)

⁵⁴ Ahmed, A., Mir, F. A., & Omar Farooq,. Effect of Celebrity Endorsement on Customers buying behavior. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 4. No. 2, tahun 2012., h. 584-590.

⁵⁵ F. M. Royan, *Marketing Selebritis*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014), h. 14

Sewa Papan Bunga *Rustic* di kota Pekanbaru. Kerangka pikir dalam suatu penelitian tentu tidak semerta-merta terbentuk tanpa adanya teori dasar yang mendukung. Oleh karena itu, pembentukan hubungan antar variabel tersebut harus didukung dengan teori-teori yang telah ada.

1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pengguna Jasa

Perbedaan dalam gaya hidup konsumen akan mempengaruhi perilakunya dalam memilih atau membeli produk, karena konsumen akan membeli barang sesuai dengan gaya hidupnya. Berbeda karakteristik tersebut menggambarkan ciri unik dari masing-masing individu. Perbedaan karakteristik akan mempengaruhi individu terhadap lingkungannya (stimulus) secara konsisten.

Perilaku yang berbeda antara satu individu dengan individu yang lain, membuat gaya hidup mereka juga berbeda. Gaya hidup digunakan untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah-ubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Karena konsumen juga pasti memikirkan apa yang akan mereka pakai sehari-hari. Selain itu gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang dan menggambarkan bagaimana mereka menghabiskan waktu dan uangnya. Berbeda dengan kepribadian lebih menggambarkan karakteristik terdalam yang ada pada diri manusia.⁵⁶

Melissa Paendong dan Maria V. J. Tielung menegaskan bahwa Gaya

⁵⁶ Agustina Shinta, Manajemen Pemasaran. (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), h. 23

hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya setiap terjadi peningkatan gaya hidup akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hal itu terjadi karena perubahan zaman yang semakin modern sehingga orang-orang berlomba untuk mengikuti trend gaya hidup.⁵⁷

2. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pengguna Jasa

Di era global saat ini, persaingan pasar semakin ketat. Hal ini, menuntut para pengusaha untuk menawarkan produk yang berkualitas dan memiliki nilai tambah yang berbeda dari produk pesaingnya. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya).⁵⁸

⁵⁷ Melissa Paendong dan Maria V. J. Tielung, Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 04 Tahun 2016

⁵⁸ T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*, Edisi 3. (Yogyakarta: Liberty

Produk yang memiliki kualitas paling baik akan mampu tumbuh dengan pesat dan akan mampu merebut pangsa pasar. Selain kualitas produk hal lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian adalah desain produk itu sendiri. Aspek desain dalam kegiatan pemasaran merupakan salah satu pembentuk daya tarik terhadap suatu produk. Stanton menyebutkan bahwa desain produk merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk.⁵⁹ Desain yang unik dan mampu memberikan daya pikat pada konsumen tentu akan menciptakan kesan yang baik pada suatu produk. Seiring dengan berkembangnya jaman yang semakin modern, desain produk menjadi pusat perhatian konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Basrah Saidani dan Dermawan Sandro mengindikasikan akan kuatnya pengaruh desain produk terhadap keputusan seseorang dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa sewa atas produk atau jasa yang ditawarkannya.⁶⁰ Begitu juga hasil riset yang dilakukan oleh Soedjono, dkk, yang menyebutkan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.⁶¹

Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, 2000), h. 49

⁵⁹ William J. Stanton, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 104

⁶⁰ Basrah Saidani, Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 4 No. 2 2013; lihat juga Dermawan Sandro, Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mpv Merek Toyota Innova Di Semarang. *Skripsi Universitas Dian Nuswantoro Semarang*, 2015.

⁶¹ Soedjono, Tegowati, & Wininatin Khamimah, Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan pembelian Konsumen, *Accounting and*

3. Pengaruh *Word of Mouth* (WoM) terhadap Keputusan Pengguna Jasa

Word Of Mouth (WOM) adalah percakapan yang dilakukan oleh konsumen mengenai pengalamannya dalam mengkonsumsi suatu produk atau jasa, tanpa disadari mengandung makna menginformasikan suatu produk atau jasa yang bisa berkonotasi iklan gratis bagi suatu perusahaan. Riset Desak Made Febri Purnama Sari dan Ketut Gede Sri Dwiya misalnya, mempertegas hal tersebut. Bahwa *Word of mouth* berpengaruh langsung terhadap keputusan pemakaian sebesar 0,315.⁶²

Begitu pula hasil riset yang dilakukan oleh Iknesya Rahma Finanda dan Arjuna Wiwah, yang menegaskan bahwa keputusan penggunaan Miloff Beauty Bar dipengaruhi oleh word of mouth sebesar 11,5% sedangkan 88,5% lainnya diperkirakan dipengaruhi oleh faktor lain.⁶³ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *word of mouth* merupakan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang yang terlebih dahulu memiliki pengalaman pribadi mengenai suatu produk, jasa dan merek yang kemudian diinformasikan kepada orang lain, sehingga ia memberikan pengaruh yang dapat diterima oleh orang tersebut melalui informasi positif, rekomendasi, bujukan, pujian dan kepercayaan.

Management Journal, Vol. 3, No. 1, July 2019

⁶² Desak Made Febri Purnama Sari dan Ketut Gede Sri Dwiya, Strategi *Digital Marketing*, *Word of Mouth* (WOM), Service Quality terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Go-Jek, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, Volume 3, No. 2, Desember 2018.

⁶³ Iknesya Rahma Finanda dan Arjuna Wiwaha, Pengaruh *Word of Mouth* dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan (Studi Pada Konsumen Miloff Beauty Bar), *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, Volume 1 Nomor 2 Oktober 2017, h. 134-140

4. Pengaruh *Endorsment* terhadap Keputusan Pengguna Jasa

Bentuk memasarkan pengiklanan yang melibatkan pihak lain untuk mendukung dan mempromosikan sebuah produk atau jasa disebut *endorse*. *Endorse* adalah salah satu bentuk *digital marketing* yang marak diminati dan dinilai lebih besar pengaruhnya dibandingkan dengan pemasaran melalui media televisi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Afandi Afandi, dkk, menegaskan bahwa para generasi Z selain tetap mempertimbangkan faktor kepercayaan, faktor citra merek sebuah produk atau jasa, namun faktor influencer yang dilakukan melalui *endorsement* menjadi pertimbangan dalam memutuskan pembeliannya.⁶⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Kevin Karunia Yusuf dan Tandiyo Pradekso juga menyatakan hal demikian. Bahwa terpaan *Celebrity Endorsement* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Attitude*.⁶⁵ Begitu pula hasil penelitian yang dilakukan oleh Superwiratni, menunjukkan hasil bahwa *Endorsement* memiliki pengaruh terhadap Keputusan Menginap di Cottage Daarul Jannah.⁶⁶

Berdasarkan hal tersebut, dapatlah dikatakan bahwa semakin tinggi

⁶⁴ Afandi Afandi, Jimmy Prawira Samudra, Sherley Sherley, Veren Veren, dan Wisely Liang, Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z, *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol 5, No 1 (2021).

⁶⁵ Kevin Karunia Yusuf dan Tandiyo Pradekso, "Pengaruh Terpaan Iklan dan Terpaan Konten Celebrity Endorsement Terhadap Minat Menggunakan Jasa Go-Food (Melalui Brand Attitude)," *Interaksi Online*, vol. 9, no. 3, Jul. 2021, pp. 217-229,

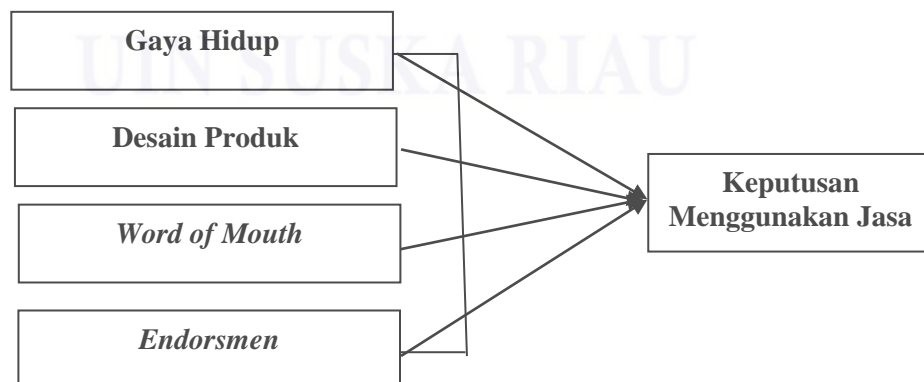
⁶⁶ Superwiratni, Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah, *The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, Vol. 8, No. 2, 2018, h. 100-110

endorsmen yang disampaikan, maka akan semakin tinggi pula peminat konsumen untuk menentukan pilihannya pada produk yang ditawarkan. Sebaliknya, semakin rendah *endorsmen* yang disampaikan, maka akan semakin rendah pula peminat konsumen untuk menentukan pilihannya pada produk yang ditawarkan.

5. Pengaruh Gaya Hidup, Desain, *Word of Mouth* dan *Endorsement* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan sebelumnya, menunjukkan adanya hubungan antara variabel X, yaitu Gaya Hidup, Desain, *Word of Mouth* dan *Endorsement* terhadap variable Y, yakni Keputusan Menggunakan Jasa sewa Papan Bunga *Rustic* di Pekanbaru. Sehingga, kerangka pikir pada penelitian ini tersebut dapat digambarkan dan tersaji pada gambar 2.2 sebagai berikut ini:

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir Penelitian



Sumber: *Data diolah*, 2003

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan Kerangka Berfikir penelitian sebagaimana pada gambar 2.2 tersebut di atas, maka hipotesis yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
2. Terdapat pengaruh Desain Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
3. Terdapat pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
4. Terdapat pengaruh *Endorsement* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
5. Terdapat pengaruh secara bersama-sama Gaya Hidup, Desain, *Word Of Mouth*, dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru.

D. Konsep Operasional Penelitian

Konsep operasional ini untuk menjabarkan konsep teoritis ke dalam bentuk konkrit agar mudah dipahami dan sebagai acuan di lapangan. Karena kerangka teoritis dalam uraian di atas masih bersifat umum, maka konsep tersebut akan dioperasionalkan menjadi satuan-satuan yang konkrit, sehingga dapat diteliti kebenarannya secara logis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel	Devinisi	Indikator
Keputusan Menggunakan Jasa Sewa (Y)	Keputusan adalah pembuatan pilihan atas dua atau lebih alternatif yang ada. Hal ini dilakukan sebagai reaksi terhadap suatu masalah yang dihadapi (Sangaji dan Sopiah, 2013:4 2).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk. 2. Kebiasaan dalam memberi produk. 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
Gaya Hidup (X1)	Kotler dan Keller (2016) mengemukakan bahwa pengertian gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang dieskpesikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan 2. Minat 3. Opini
Desain (X2)	Desain adalah nilai standar yang dikandung dalam produk, yang bisa disesuaikan bahkan dimodifikasi, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Fandy Tjiptono, 2015: 252-253	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk standar 2. Customized product (produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan spesifik) 3. Produk standar dengan modifikasi
Word of Mouth (X3)	WoM merupakan saluran komunikasi yang sudah pernah mengonsumsi sebuah produk atau menggunakan jasa perusahaan, dan memperoleh kepuasan kemudian merekomendasikannya kepada orang lain tentang pengalamannya (Andriasan Sudarsono, 2016: 17)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan rekomendasi yang baik tentang perusahaan; 2. Merekomendasikan perusahaan kepada teman dan kolagen 3. Merekomendasikan kepada teman yang membutuhkan perusahaan yang serupa
Endorsment (X4)	Endorsment adalah dukungan atau saran yang diberikan oleh orang lain terkait dengan pihak orang lain, yang dianggap kredibel, daya Tarik dan memiliki kekuatan (F. M. Royan, 2014: 14)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kredibilitas sumber 2. Daya tarik sumber 3. Kekuatan Sumber

Sumber; Data diolah, 2023

E. Kajian hasil penelitian yang relevan

Kajian terdahulu ini, digunakan sebagai bahan penilaian untuk studi atau pekerjaan ilmiah saat ini, selain itu bahwa kajian ini juga seperti fakta-fakta sebelumnya tentang teori-teori yang terkait dengan identifikasi sehingga diperoleh landasan teoritis yang sistematis. Penelitian serupa yang pernah dilakukan sebagai referensi bagi peneliti antara lain;

1. Melissa Paendong dan Maria V. J. Tielung meneliti tentang pengaruh akan kebutuhan dan Gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado. Hasil riset ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan gaya hidup akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hal itu terjadi karena perubahan zaman yang semakin modern sehingga orang-orang berlomba untuk mengikuti trend gaya hidup.⁶⁷
2. Penelitian yang dilakukan oleh Basrah Saidani dan Dermawan Sandro menjelaskan tentang pengaruh desain produk terhadap keputusan seseorang dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa sewa atas produk atau jasa yang ditawarkannya.⁶⁸
3. Begitu juga hasil riset yang dilakukan oleh Soedjono, dkk, yang menyebutkan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen

⁶⁷ Melissa Paendong dan Maria V. J. Tielung, Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 04 Tahun 2016

⁶⁸ Basrah Saidani, Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 4 No. 2 2013; lihat juga Dermawan Sandro, Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mpv Merek Toyota Innova Di Semarang. *Skripsi Universitas Dian Nuswantoro Semarang*, 2015.

untuk melakukan pembelian.⁶⁹

4. Riset Desak Made Febri Purnama Sari dan Ketut Gede Sri Dwiya misalnya, mempertegas hal tersebut. Bahwa *Word of mouth* berpengaruh langsung terhadap keputusan pemakaian sebesar 0,315.⁷⁰
5. Riset yang dilakukan oleh Iknesya Rahma Finanda dan Arjuna Wiwah, yang menegaskan bahwa keputusan penggunaan Miloff Beauty Bar dipengaruhi oleh word of mouth sebesar 11,5% sedangkan 88,5% lainnya diperkirakan dipengaruhi oleh faktor lain.⁷¹
6. Afandi Afandi, dkk, menegaskan bahwa para generasi Z selain tetap mempertimbangkan faktor kepercayaan, faktor citra merek sebuah produk atau jasa, namun faktor influencer yang dilakukan melalui *endorsement* menjadi pertimbangan dalam memutuskan pembeliannya.⁷²
7. Penelitian yang dilakukan oleh Kevin Karunia Yusuf dan Tandiyono Pradekso juga menyatakan hal demikian. Bahwa terpaan *Celebrity Endorsement* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Attitude*.⁷³ Begitu

⁶⁹ Soedjono, Tegowati, & Wininatin Khamimah, Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan pembelian Konsumen, *Accounting and Management Journal*, Vol. 3, No. 1, July 2019

⁷⁰ Desak Made Febri Purnama Sari dan Ketut Gede Sri Dwiya, Strategi *Digital Marketing*, *Word of Mouth* (WOM), Service Quality terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Go-Jek, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, Volume 3, No. 2, Desember 2018.

⁷¹ Iknesya Rahma Finanda dan Arjuna Wiwaha, Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan (Studi Pada Konsumen Miloff Beauty Bar), *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, Volume 1 Nomor 2 Oktober 2017, h. 134-140

⁷² Afandi Afandi, Jimmy Prawira Samudra, Sherley Sherley, Veren Veren, dan Wisely Liang, Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z, *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol 5, No 1 (2021).

⁷³ Kevin Karunia Yusuf dan Tandiyono Pradekso, "Pengaruh Terpaan Iklan dan Terpaan Konten

pula hasil penelitian yang dilakukan oleh Superwiratni, menunjukkan hasil bahwa *Endorsement* memiliki pengaruh terhadap Keputusan Menginap di Cottage Daarul Jannah.⁷⁴



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Celebrity Endorsement Terhadap Minat Menggunakan Jasa Go-Food (Melalui Brand Attitude)," *Interaksi Online*, vol. 9, no. 3, Jul. 2021, pp. 217-229,

⁷⁴ Superwiratni, Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage aarul Jannah, *The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, Vol. 8, No. 2, 2018, h. 100-110

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kuantitatif, yakni suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Makna lain pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan penyewa jasa Papan Bungan Rustic di Pekanbaru. Penelitian di laksanakan antara bulan Januari – Juli 2023.

C. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan penyewa jasa Papan Rustic Kota Pekanbaru di tiga toko, yaitu Toko Perfect Florist; Sanah Florist;

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 7.

dan Safa Florist. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, pemilihan ketiga toko ini di dasarkan pada argumentasi bahwa *Pertama*, ketiganya telah memiliki Jumlah pelanggan di atas 5000 di Tahun 2021 dan 2022; *Kedua*, keduanya secara konsisten hanya membuat Papan Bunga Rustic, sedangkan yang lain masih juga menerima jenis Papan Bunga lainnya; dan *Ketiga*, ketiganya memiliki catatan pelanggan yang rapi dan lengkap, sehingga memudahkan dalam melakukan penelitian. Jumlah pelanggan di tiga toko ini dalam periode 2022 sebanyak 26.454 orang. Sebagaimana terlihat pada table berikut ini;

Tabel 3.1
Jumlah Pelanggan Toko Papan Bunga Reustik di Pekanbaru

No	Nama Toko	Jumlah Pesanan Sewa Papan Bunga			
		2019	2020	2021	2022
1	Perfect Florist	2155	1100	3245	11876
2	Sanah Florist	1678	987	6760	8790
3	Safa Florist	16588	765	6112	5788
Jumlah		20421	2852	16117	26454

Sumber; *Data di Olah*, 2023

Berdasarkan hal tersebut maka subyek penelitian ini adalah sebanyak 26.454 orang. Sedangkan yang menjadi obyek penelitian ini adalah Gaya Hidup, Desain, *Word Of Mouth*, dan *Endorsement* dan Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuh-tumbuhan dan peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian. Populasi juga dapat

diartikan keseluruhan objek yang ingin diteliti. Penelitian ini populasinya seluruh pelanggan penyewa jasa Papan Reustic Kota Pekanbaru di tiga toko, yaitu Toko Perfect Florist; Sanah Florist; dan Safa Florist. Jadi jumlah populasi adalah sebanyak 26.454 Orang yang tersebar di Kota Pekanbaru.

Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut;²

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana ;

n ; Jumlah Sampel

N ; Jumlah Populasi

E ; Batas Toleransi Kesalahan (*Error Tolerance*)

Jadi, jika jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 26.454 orang, sementara tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah sebagai berikut;

$$N = \frac{26454}{1 + 26454(0.1)^2}$$

$$N = \frac{26454}{2645,5}$$

$$N = 100$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 pelanggan penyewa

² T. Ryan., *Sample Size Determination and Power*. (John Wiley and Sons, 2013), h. 223; lihat juga Taro Yamane, *Statistics: An Introductory Analysis*, 2nd Edition, (New York: Harper and Row, 1967), h. 122.

jasa Papan Reustic Kota Pekanbaru di tiga toko, yaitu Toko Perfect Florist; Sanah Florist; dan Safa Florist. Sedangkan pengambilan *sampling*-nya digunakan sampel yang representatif adalah secara acak atau *random*. Pengambilan sampel secara acak berarti setiap individu dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan sampel. Rumus yang penulis gunakan untuk mencari sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n_1 = \frac{n}{N} \times N_1$$

Keterangan :

- n1 = banyaknya sampel di setiap toko
- n = banyaknya populasi di setiap toko
- N = banyaknya populasi seluruh toko
- N1 = banyaknya sampel penelitian

Berdasarkan rumus tersebut, maka akan diperoleh responden masing-masing toko sebagai berikut:

Tabel 3.2
Populasi dan Sampel Penelitian

No	Nama Toko	Jumlah	
		Populasi	Sampel
1	Perfect Florist	11876	45
2	Sanah Florist	8790	33
3	Safa Florist	5788	22

Sumber; *Data di Olah*, 2023

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis mengambil data primer. Adapun data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan dengan teknik sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Angket

Angket yaitu suatu daftar pertanyaan untuk memperoleh data berupa jawaban dari responden secara tertulis (orang-orang yang menjawab). Untuk mengukur nilai angket menggunakan skala likert. Skala likert memberikan suatu nilai skala untuk tiap alternatif jawaban yang berjumlah lima kategori. Dengan demikian instrumen itu akan menghasilkan total skor bagi tiap responden. Alternatif jawaban 5 item, dengan ketentuan sebagai berikut:

SS	: Sangat Setuju nilainya 5
S	: Setuju nilainya 4
N	: Netral nilainya 3
TS	: Tidak Setuju nilainya 2
STS	: Sangat Tidak setuju nilainya 1

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis (dokumen) yang berupa arsip-arsip yang ada hubungannya dengan penelitian ini.³ Teknik ini digunakan untuk mengungkap data penunjang dalam penelitian ini, yaitu data tentang responden, gambar dan profil toko Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen.⁴ Sebuah instrumen dikatakan

³ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, jilid 1, (Yogyakarta: Andi, 2002), hlm. 133

⁴ Suharsimi Arikunto, *op. cit*, hlm. 144

valid apabila instrumen itu mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengukur data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Berdasarkan cara pengujiannya, validitas dibedakan menjadi dua macam yaitu validitas internal dan validitas eksternal.

Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah validitas internal yaitu validitas yang dicapai apabila terdapat kesesuaian antara bagian-bagian instrumen dengan instrumen secara keseluruhan.⁵ Dengan kata lain sebuah instrumen dikatakan validitas internal apabila setiap instrumen mendukung misi instrumen secara keseluruhan, yaitu mengungkap data dari variabel yang dimaksud.

Pengujian validitas dalam penelitian ini, menggunakan SPSS 21 dengan metode analisis korelasi Pearson.⁶ Teknik ini, dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor total item, kemudian pengujian signifikansi dengan kriteria r tabel pada tingkat signifikansi 0.05 dengan uji dua sisi. Jika nilai positif dan r hitung $\geq r$ tabel, maka item soal dapat dinyatakan valid.⁷ Atau bisa juga dilihat pada nilai signifikansinya. Sebuah angket akan dianggap valid, jika nilai sig. lebih kecil dari 0.05. Uji

⁵ *Ibid*, hlm. 147

⁶ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2012), hlm. 117

⁷ *Ibid*.

instrument ini dilakukan terhadap 30 responden diluar target sampel tetapi sesuai dengan karakteristik populasi.

Kriteria pengujian validitas menggunakan *product moment*, sebagai berikut:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen dinyatakan valid;
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen dinyatakan tidak valid.⁸

Adapun hasil hitungan dari uji validitas atas kuesioner penyesuaian diri, sebagai berikut;

Tabel 3.3
Hasil Hitung Uji Validitas Kuesioner Variabel X¹

No Item	Correlation Pearson	r_{tabel} (Sig.0,05)	Keterangan
P1	.881 ^{**}	0.361	Valid
P2	.859 ^{**}	0.361	Valid
P3	.934 ^{**}	0.361	Valid
P4	.926 ^{**}	0.361	Valid
P5	.910 ^{**}	0.361	Valid
P6	.740 ^{**}	0.361	Valid

Sumber: *Data diolah, 2023*

Dari tabel diatas dapat diketahui, sebuah *item* dinyatakan valid apabila r hitung (nilai *correlation pearson*) $>$ r tabel. Penentuan nilai r_{tabel} berdasarkan tabel r product moment dengan taraf signifikasi (Sig.) sebesar 0,05 dan jumlah data atau responden (n) yaitu 30. Dari tabel *product moment* dengan $n = 30$ diketahui nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Contoh pada

⁸ Tulus Winarsunu, *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2006), hlm. 71

Pernyataan 1 (P1) diketahui r_{hitung} sebesar 0,881 dan r_{tabel} adalah 0,361, artinya $0,881 > 0,361$. Oleh karena itu, semua item dari skala variable gaya hidup yang terdiri dari 6 adalah valid.

Adapun hasil uji validitas kuesioner Desain (X^2), yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Hitung Uji Validitas Kuesioner Variabel X^2

No Item	Correlation Pearson	r_{tabel} (Sig.0,05)	Keterangan
P1	.884 ^{**}	0.361	Valid
P2	.922 ^{**}	0.361	Valid
P3	.859 ^{**}	0.361	Valid
P4	.918 ^{**}	0.361	Valid
P5	.933 ^{**}	0.361	Valid
P6	.887 ^{**}	0.361	Valid

Sumber: *Data diolah, 2023*

Diketahui bahwa Jumlah angket pada variable desain ini sebanyak 6 pernyataan. Keenam dari pernyataan yang berhubungan dengan desain, kemudian dilakukan uji coba kepada 30 responden yang memiliki kesamaan karakter dengan sampel penelitian ini. Berdasarkan perhitungan validitas pada variable sebelumnya, maka pada akreditasi ini, diperoleh hasil dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Contoh pada Pernyataan 1 (P1) diketahui r_{hitung} sebesar 0,884 dan r_{tabel} adalah 0,361, artinya $0,884 > 0,361$. Oleh karena itu, semua item dari skala variable desain yang terdiri dari 6 adalah valid. Adapun hasil uji validitas kuesioner *word of mouth* (X^3), yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.5
Hasil Hitung Uji Validitas Kuesioner Variabel X³

No Item	Correlation Pearson	r _{tabel} (Sig.0,05)	Keterangan
P1	.874**	0.361	Valid
P2	.872**	0.361	Valid
P3	.900**	0.361	Valid
P4	.851**	0.361	Valid
P5	.849**	0.361	Valid
P6	.672**	0.361	Valid

Sumber: *Data diolah, 2023*

Berdasarkan perhitungan validitas pada variable sebelumnya, maka pada akreditasi ini, diperoleh hasil dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Contoh pada Pernyataan 1 (P1) diketahui r_{hitung} sebesar 0,874 dan r_{tabel} adalah 0,361, artinya $0,874 > 0,361$. Oleh karena itu, semua item dari skala variable gaya hidup yang terdiri dari 6 adalah valid. Adapun hasil uji validitas kuesioner *Endorsment* (X⁴), yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Hitung Uji Validitas Kuesioner Variabel X⁴

No Item	Correlation Pearson	r _{tabel} (Sig.0,05)	Keterangan
P1	.915**	0.361	Valid
P2	.746**	0.361	Valid
P3	.853**	0.361	Valid
P4	.888**	0.361	Valid
P5	.876**	0.361	Valid
P6	.931**	0.361	Valid

Sumber: *Data diolah, 2023*

Berdasarkan perhitungan validitas pada variable sebelumnya, maka pada akreditasi ini, diperoleh hasil dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Contoh

pada Pernyataan 1 (P1) diketahui r_{hitung} sebesar 0,915 dan r_{tabel} adalah 0,361, artinya $0,915 > 0,361$. Oleh karena itu, semua item dari skala variable gaya hidup yang terdiri dari 6 adalah valid. Adapun hasil uji validitas kuesioner variable keputusan menjadi nasabah (Y), yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.7
Hasil Hitung Uji Validitas Kuesioner Variabel Y

No Item	Correlation Pearson	r_{tabel} (Sig.0,05)	Keterangan
P1	.857**	0.361	Valid
P2	.932**	0.361	Valid
P3	.880**	0.361	Valid
P4	.962**	0.361	Valid
P5	.875**	0.361	Valid
P6	.712**	0.361	Valid

Sumber: *Data diolah, 2023*

Berdasarkan perhitungan validitas pada variable sebelumnya, maka pada akreditasi ini, diperoleh hasil dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Contoh pada Pernyataan 1 (P1) diketahui r_{hitung} sebesar 0,857 dan r_{tabel} adalah 0,361, artinya $0,857 > 0,361$. Oleh karena itu, semua item dari skala variable gaya hidup yang terdiri dari 6 adalah valid.

2. Reliabilitas

Setelah instrumen penelitian berupa kuesioner diuji kevaliditasnya maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas adalah cara untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran terhadap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan

alat ukur yang sama pula.⁹ Reliabilitas merupakan bentuk ukuran yang dapat dijadikan sebagai sebuah pedoman dalam mengukur sesuatu. Makna lain adalah reliabilitas merupakan ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur.¹⁰ Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.¹¹

Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Salah satu metode untuk menganalisis reliabilitas instrumen dengan skala adalah *Cronbach Alpha*.¹² Untuk menguji tingkat reliabilitas instrumen, menggunakan batasan 0.6. Sementara menurut Sekaran, sebagaimana dikutip oleh Duwi Priyatno, bahwa reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, 0,7 dapat diterima, dan di atas 0,8 adalah nilai yang sangat baik.¹³

Untuk melakukan uji reliabilitas pada instrumen ini, dapat digunakan *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS dengan versi 20. Kriteria untuk pengujian keakurataan validitas menggunakan *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

- a. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,80.

⁹ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 173

¹⁰ Moh. Nazir, *op. cit*, hlm. 162

¹¹ Suharsimi Arikunto, *op. cit*, hlm. 154

¹² Duwi Priyatno, *op. cit*. hlm. 120

¹³ *Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Instrumen dikatakan tidak reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,80$.¹⁴

Adapun hasil yang diperoleh dari hitungan uji reliabilitas kuesioner Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsement* (X_4) dan Keputusan Menggunakan Jasa (Y) Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru, masing-masing sebanyak 6 item, sebagai berikut;

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Kriteria	Keterangan
Gaya Hidup (X_1)	0,939	$> 0,80$	Reliabel
Desain (X_2)	0,953	$> 0,80$	Reliabel
<i>Word of Mouth</i> (X_3)	0,915	$> 0,80$	Reliabel
<i>Endorsement</i> (X_4)	0,932	$> 0,80$	Reliabel
Keputusan Menggunakan Jasa (Y)	0,937	$> 0,80$	Reliabel

Sumber: *Data diolah, 2023*

Dilihat pada tabel *reliability statistics*, yang merupakan hasil uji reliabilitas dengan program SPSS, maka dihasilkan *cronbach's alpha* diatas kriteria 0,80. Berdasarkan table 3.6 di atas, tergambar bahwa semua angka atau nilai *cronbach's alpha* lebih besar daripada 0,80, Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen pada setiap variable dalam penelitian ini adalah reliable.

G. Teknik Analisa Data

Dalam pengolahan data yang telah diperoleh, penulis menggunakan *analisis regresi dua prediktor* (kuantitatif), yaitu untuk menganalisis seberapa

¹⁴ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hlm. 293

besar ketergantungan variabel terpengaruh yaitu Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsement* (X_4) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa (Y) Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru

Dalam pengolahan data yang bersifat setatistik ini penulis menggunakan tiga tahapan, yaitu:

1. Analisis Pendahuluan

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan teknik angket, dengan masing-masing butir pernyataan diikuti 5 alternatif jawaban sebagai berikut:

- Untuk alternatif jawaban Sangat Setuju (SS) dengan skor 5
- Untuk alternatif jawaban Setuju (S) dengan skor 4
- Untuk alternatif jawaban Netral (N) dengan skor 3
- Untuk alternatif jawaban Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
- Untuk alternatif jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1

Setelah data terkumpul, penulis melakukan skoring (penilaian) terhadap data Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsement* (X_4) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa (Y) Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru, sesuai dengan standar skor yang telah ditentukan.

Selanjutnya masing-masing data Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsement* (X_4) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa (Y) Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru, disajikan dalam tabel distribusi frekuensi skor mean dan tabel nilai distribusi frekuensi yang kemudian divisualisasikan dalam bentuk histrogram.

2. Analisis Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi dan regresi linier berganda. Untuk menguji hipotesis pertama, kedua, dan ketiga digunakan teknik analisis korelasi. Korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment*. Sedangkan untuk menguji hipotesis keempat digunakan teknik korelasi dan regresi linear ganda. Adapun proses perhitungannya menggunakan *Statistic Package for Social Science (SPSS) fo Windows Release 22*.

Sebelum dilakukan analisis data dengan regresi linier ganda, perlu terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan, yaitu :

- 1) Uji Homogenitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui varian dari beberapa populasi sama atau tidak. Uji ini biasanya dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis *Independent Sampel T Test dan Anova*. Asumsi yang mendasari dalam *Analisis of varians (ANOVA)* adalah bahwa varian dari beberapa populasi adalah sama. Seperti pada uji statistik lainnya, uji homogenitas digunakan sebagai bahan acuan untuk menentukan keputusan uji statistik. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji homogenitas adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah tidak sama. Sementara jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama.

- 2) Uji Normalitas data. Uji ini bertujuan untuk mengetahui normal tidaknya sebaran data yang akan dianalisis. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan cara uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* melalui program *Statistic Package for Social Science (SPSS) fo Windows Release 22*. Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, atau *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.
- 3) Uji Linieritas. Uji ini dilakukan untuk mengetahui linier tidaknya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program *Statistic Package for Social Science (SPSS) fo Windows Release 22*, melalui *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0.05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Kesimpulan ini menjawab rumusan masalah pertama dalam penelitian ini;
2. Terdapat pengaruh antara Desain dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Kesimpulan ini, menjawab pertanyaan pada rumusan maslaha kedua dalam penelitian ini;
3. Terdapat pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Kesimpulan ini, menjawab pertanyaan pada rumusan maslaha ketiga dalam penelitian ini;
4. Terdapat hubungan antara *Endorsment* dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Kesimpulan ini, menjawab pertanyaan pada rumusan maslaha keempat dalam penelitian ini;
5. Terdapat pengaruh secara Bersama-sama Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsment* (X_4) terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru (Y). Kesimpulan ini, menjawab pertanyaan pada rumusan maslaha kelima dalam penelitian ini.

B. Saran-Saran

Dari kesimpulan yang telah penulis paparkan di atas, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Semua variable dalam penelitian ini, yaitu Gaya Hidup; Desain; *Word of Mouth*; dan *Endorsement* mempengaruhi Tindakan atau keputusan seorang pelanggan untuk menggunakan atau memilik toko papan bunga di kota Pekanbaru. Maka diharapkan kepada para pengusaha Papan Bunga di kota Pekanbaru, untuk dapat mempertimbangkan beberapa faktor tersebut dalam menjalankan bisnisnya.
2. Meski terdapat perdebatan di kalangan para ulama terkait dengan Papan Bunga ini, namun di masyarakat sudah menjadi *trend* yang kuat .Oleh karena itu, perlu menjadi pertimbangan bagi para pengusaha Papan Bunga ini untuk terus memberikan corak melenialis dalam produk-produknya;
3. Menyarankan kepada Masyarakat luas bahwa papan bunga tidak ditujukan untuk menjatuhkan diri pada sikap sombong, riya, udzub dan takkabur. Juga mempertimbangkan aspek manfaat yang ditimbulkannya apakah lebih banyak masalah atau mudharatnya, sehingga tidak terjebak pada unsur *mubazir*.
4. Bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan teknik penelitian yang berbeda, ataupun menggunakan variabel yang lain, yang tidak terdapat pada penelitian ini, sehingga dapat memberikan referensi lebih baik untuk penelitian yang selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari Buku

- Adiwarna Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006)
- Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*. (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011)
- Amrullah dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005)
- Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020)
- Andriasan Sudarsono, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Perbit Deepublish, 2016)
- Depag RI, *Al-Quran Keluarga*, Ed. Hasanah, (Bandung: Media Fitrah Rabbani, 2020),
- Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2012)
- Etta Mamang Sangaji dan Sopiiah, *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Andi, 2013)
- F. M. Royan, *Marketing Selebritis*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014)
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015)
- Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013)
- Freddy Rangkuti, *Strategi Semut Merah Melawan Gajah untuk Membangun Brand Personal, Produk Dan Perusahaan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013)
- J. Paul Peter, *Perilaku Konsumen dan Stategi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1999)
- J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana, 2008)
- James F. Engel, et. al., *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994)
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: PT Syigma Examedia Arkanleema, 2010)
- Mahmud Machfoeds, *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi*. (Yogyakarta. BPFE – Yogyakarta, 2005)





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Nana Triapnita Nainggola, Dkk, *Perilaku Konsumen Di Era Digital*, (Yayasan Kita Menulis, 2020)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Kesebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. (Jakarta: PT. Prenhallindoh, 2005)
- Phillip Kotler dan K. L. Keller. *Marketing Management*. (New Jersey: Prentice Hall, 2009)
- Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan^[1] Usman Efendi., *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016)
- Pratiwi Budi Utami, “Strategi Komunikasi pemasaran melalui endorsement pada online shop di Indonesia”, *Tesis*, Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa, (2014)
- Rustam Efendy, *Produksi dalam Islam*, (Yogyakarta: Magostrans Insani Press, 2003)
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. *Customer Behavior*. (USA: Prentice Hall Inc, 2004)
- Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016)
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 7.
- Sukirno Sadono, *Teori Ekonomi Mikro Dan Makro*, (Jakarta: Penertbit Rajawali Pers Pustaka, 2008)
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002)
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, jilid 1, (Yogyakarta : Andi, 2002), hlm. 133
- T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*, Edisi 3. (Yogyakarta: Liberty Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, 2000), h. 49
- Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi aspek tambahan komunikasi Terpadu.*, 459
- Wawan Dewanto dkk, *Manajemen Inovasi: Peluang Sukses Menghadapi Perubahan* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014)
- William J. Stanton, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 104
- Wirawan, *Ekonomi Untuk Negara-Negara Berkembang*, Penerjemah: Agustinus Subekti, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Sumber dari Jurnal dan Lainnya

- A. Firdayanti., Amalia Putri, D., Risuandi, D., & Niar Ramadhini, R. Literature Review Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi Dan Endorsement. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Vol. 3, No. (1), (2022)
- A. S. Soegoto dan H. Karamoy. Competitive Strategy Analysis to Increase Consumer Purchasing Decisions on Minimarket Business. *Etikonomi*. Vol. 19, No. 1, 2020
- Abdul Halim, Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju, *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, Volume 1, No. 2, 2020,
- Adhianti Laras Pratiwi, “Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Atribut Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan”, *Tesis*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017
- Afandi Afandi, Jimmy Prawira Samudra, Sherley Sherley, Veren Veren, dan Wisely Liang, Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z, *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol 5, No 1 (2021).
- Agus Irwanto Dkk, Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, Dan Pengaruhnya Pada Terbentuknya Word Of Mouth Di Perumahan Madani Group Jabodetabek, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 11 No. 1, Maret 2013
- Ahmed, A., Mir, F. A., & Omar Farooq,. Effect of Celebrity Endorsement on Customers buying behavior. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 4. No. 2, tahun 2012.,
- Anita Puspasari, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 2 No 4, Oktober 2014
- Basrah Saidani, Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 4 No. 2 2013
- Cahya, H. (2018). Pengaruh Testimonial dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Melalui Media Sosial Instagram pada Toko Queena Hijab Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. Vol. 4, No. 6
- Deagiva Sutardjo, Silvy L. Mandey, dan Michael Ch. Raintung, Pengaruh Gaya Hidup, *Word of Mouth* dan *Endorsment* terhadap Keputusan Pembelian pada Gloriusgloriuss Store Manado, *Jurnal EMBA* Vol. 8 No. 4 Oktober 2020
- Dermawan Sandro,.Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap

Keputusan Pembelian Mobil Mpv Merek Toyota Innova Di Semarang. *Skripsi* Universitas Dian Nuswantoro Semarang, 2015.

- Desak Made Febri Purnama Sari dan Ketut Gede Sri Dwiya, Strategi *Digital Marketing*, *Word of Mouth* (WOM), Service Quality terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Go-Jek, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, Volume 3, No. 2, Desember 2018.
- Fanny Puspitasari, Tri Yuniati, Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 5 No 6, Juni 2016.
- H. Cahya, Pengaruh Testimonial dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Melalui Media Sosial Instagram pada Toko Queena Hijab Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. Vol. 4, No. 6, tahun 2018
- Hartono, Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Pengguna Jasa di JNE Mojokerto, *Jurnal IJB*, Vol. 11. No. 1, 2012
- Iha Haryani Hatta, Setiarini, Pengaruh Word Of Mouth Dan Switching Cost Terhadap Keputusan Pembeli San Loyalitas, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 19 No. 1, 2018
- Iknesya Rahma Finanda dan Arjuna Wiwaha, Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan (Studi Pada Konsumen Miloff Beauty Bar), *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, Volume 1 Nomor 2 Oktober 2017
- Kevin Karunia Yusuf dan Tandiyo Pradekso, "Pengaruh Terpaan Iklan dan Terpaan Konten Celebrity Endorsement Terhadap Minat Menggunakan Jasa Go-Food (Melalui Brand Attitude)," *Interaksi Online*, vol. 9, no. 3, Jul. 2021
- Made Tiya Yogi Suari, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, Ni Nyoman Yulianthini., Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian., *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 5 No. 1, Maret Tahun 2019
- Mangara Abdul Khair Harahap, *Analisis Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth (WOM) terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus pada Mahasiswa FE UNY)*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013)
- Melissa Paendong dan Maria V. J. Tielung, Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 04 Tahun 2016
- Muhammad Rizan., Handayani, K. L., & RP, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedaap). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 6, No. 1, 2015





- N. Achidah, & Warso, L.B. Hasiolan. Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT di Weleri-Kendal). *Journal of Management*, 2 (2) (2016)
- Nugraheni, W. N. A, *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*, (Surakarta: Skripsi Fakultas Psikologi UMS, 2003)
- Rahma Nurvidiana Dkk, Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Republica Cafe Malang Jalan Mt. Haryono Gg.XI Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 22 No. 2, Mei 2015x
- Ratna Dwi Jayanti, Pengaruh Harga & Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Harapan Maulina Hijab Jombang), *Jurnal Manajemen*, Volume X. No. 1, April 2015
- Rembon, A., Mananeke, L., dan Gunawan, E. (2017). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Kangzen Kenko Indonesia di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 5, No. 3
- Ria Yunita Dewi, et al. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Manajemen*, Vol. 14. No. 2, 2017
- Rian Pramono. *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)*. Undergraduate thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis. UNDIP Semarang, 2012
- Saporso dan Dian Lestari, “Peranan endorser terhadap brand image dari sudut pandang konsumen”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 9, No. 3, September (2009): 162
- Soedjono, Tegowati, & Wininatin Khamimah, Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan pembelian Konsumen, *Accounting and Management Journal*, Vol. 3, No. 1, July 2019
- Superwiratni, Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah, *The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, Vol. 8, No. 2, 2018, h. 100-110
- Susanti Oktafiani Tana dan Juita L. D Bessie, Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan X2 Family Resto and Karaoke Kupang), *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)*, Vol. 13, No.3, 2020
- Syutria Lomboan, “The Impact Of Celebrity Endorsement On Brand Image”, *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3 Juni (2013)

- Valentine Parengkuan, Altje Tumbel dan Rudy Wenas, “Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado”, *Jurnal EMBA* Vol.2 No.3 September (2014)
- Victor Eko Prasetyo Lombo dan Maria V. J. Tielung, “The Impact Of Celebrity Endorsement To Youth Consumer Purchase Decision On Adidas Apparel Product”, *Jurnal EMBA* Vol.2 No.3 September (2014):
- Wijaya, D. N., Sunarti., dan Pangestuti, E. Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Starbucks, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 55, No. 2, 2018.
- Yan Bayu Bramantya dan Made Jatra, “Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.3, (2016).

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Lampiran 1; Model-Model Gambar Papan Bunga Rustic

Gambar Papan bunga jati single



Gambar Papan bunga jati gandang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar Papan bunga hpl gandeng



Gambar Papan bunga hpl single



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar Papan bunga hpl premium single



Gambar Papan bunga hpl premium single



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar Papan bunga suyok single



Gambar Papan bunga suyok gandeng



Gambar Papan bunga suyok single premium



Gambar Papan bunga suyok gandeng premium



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 2; Instrumen Penelitian

KUESIONER PENELITIAN**Kepada: Saudara/i Pelanggan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, saya Emilia hasanah mahasiswi Pascasarjana program studi Magister Ekonomi Syariah UIN SUSKA RIAU. Saat ini saya sedang melakukan Penelitian akhir/ tesis dengan judul "Pengaruh Gaya hidup, desain, word of mouth, dan endorsement terhadap keputusan menggunakan jasa sewa Papan Bunga rustic di kota Pekanbaru.

Dalam rangka hal tersebut saya membutuhkan bantuan saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi data kusioner yang saya berikan. atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan Terimakasih.

Wassalamualaikum, Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Saya,

Emilia Hasanah

NIM. 22190323746





A. Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini terdiri atas data dari responden, dan dilanjutkan dengan berapa butir pernyataan, Saudara/i cukup memilih salah satu jawaban dengan menggunakan tanda atau simbol (✓)
2. Alternatif pilihan jawaban adalah sebagai berikut:
 SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 N : Netral
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak setuju

B. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin
 Laki-laki Perempuan
2. Usia
 < 20 tahun 41 – 50 Tahun
 21 – 30 Tahun > 50 Tahun
 31 – 40 Tahun
3. Pendidikan Terakhir :
 SD SMA S1
 SMP Diploma S2 S3
4. Pekerjaan :
 Pelajar/Mahasiswa Pegawai Swasta
 ASN Pengusaha
 Lainnya.
5. Pendapatan perbulan:
 Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000
 Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 Rp. 5000.000 – Rp.10.000.000
 Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000 > Rp. 10.000.000
6. Sejak tahun berapa anda menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru?
 2019 2020
 2021 2022 2023
7. Berapa kali anda memesan jasa sewa Papan Bunga *Rustic* dikota Pekanbaru?
 1x Seminggu 2 Minggu Sekali



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Sebulan Sekali Sering Kadang Kadang
8. Dimana saja anda pernah memesan Papan Bunga Rustic:
- Perfect Florist
 Sanah Florist
 Safa Florist
 Lainnya
9. Untuk mengisi kuesioner ini, Pilihlah salah satu Toko papan bunga rustic yg akan anda nilai:
- Perfect Florist
 Sanah Florist
 Safa Florist

DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER

Variabel Gaya Hidup (X ¹)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya selalu berlangganan di toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini					
2.	Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini mendukung aktifitas saya					
3.	Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini memberikan manfaat bagi kehidupan saya					
4.	Toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini menarik saya untuk berlangganan					
5.	Saya menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan saya					
6.	Saya memilih jasa sewa papan bunga ini untuk mendapatkan kesan gaya hidup yang modern					

Variabel Desain (X ²)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Desain Papan Bunga dari Toko ini, lebih simple dibandingkan yang lain					
2.	Papan Bunga Rustic yang dibuat oleh toko ini memiliki desain yang unik dibandingkan dengan yang lain					
3.	Desain Papan Bunga Rustic yang dibuat oleh toko ini, bisa menyesuaikan dengan selera saya					



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.	Saya bisa terlibat langsung untuk menentukan desain dalam proses pembuatan Papan Bunga di Toko ini					
5.	Saya tidak pernah kecewa dengan desain buatan toko ini dalam membuat papan bunga rustic					
6	Papan bunga yang dibuat oleh toko ini memiliki ciri khas tersendiri dibanding dengan toko lainnya					

Variabel WOM (X^3)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memperoleh informasi tentang Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini melalui mulut ke mulut					
2.	Saya diajak oleh teman untuk menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini					
3.	Saya memilih papan bunga rustic ini berdasarkan pengalaman dari teman saya yang merekomendasikan					
4.	Informasi dari teman tentang Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini, meyakinkan saya untuk menjadi pelanggannya					
5.	Saya memilih papan bunga rustic ini karena mendengar ucapan dari seseorang					
6	Saya memesan papan bunga rustic ini karena mendengar review positive dari seseorang					

Variabel Endorsement (X^4)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Endoser yang menyampaikan informasi tentang toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini, sangat memahami hal-hal yang berkenaan dengan Papan Bunga Rustic					
2.	Saya menjadi pelanggan toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini, karena ajakan dari endoser					
3.	Saya tertarik menjadi pelanggan toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini, karena pengakuan endoser yang sangat terpercaya					
4.	Saya menjadi pelanggan toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini, karena informasi yang menjanjikan dari endoser					

5.	Saya pelanggan toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini, karena hadiah yang ditawarkan oleh endoser					
6.	Saya tertarik menjadi pelanggan toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini, karena iklan endorsement					

Variabel Keputusan Menggunakan Jasa Sewa (Y)						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut saya, keputusan menjadi pelanggan toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini adalah keputusan yang sangat tepat					
2.	Ketika saya dihadapkan pada beberapa pilihan produk papan bunga rustic lainnya, saya tetap memilih produk dari toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini					
3.	Saya tidak berfikir lama untuk menjadi pelanggan toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini					
4.	Saya merasakan manfaat yang besar menjadi pelanggan toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini					
5.	Saya berusaha untuk merekomendasikan toko ini kepada orang-orang dekat saya					
6.	Saya sering mengajak teman kerja saya untuk menjadi pelanggan toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Lampiran 3; Hasil Uji Coba Instrumen

Hasil Angket
Variabel X1

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	1	1	1	1	1	5	10
2	3	4	4	4	5	5	25
3	1	1	1	1	1	1	6
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	5	4	5	28
6	4	4	4	4	4	5	25
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30
9	2	3	3	3	3	3	17
10	3	4	4	3	3	4	21
11	4	4	3	3	4	3	21
12	3	4	3	4	3	4	21
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	3	3	4	3	4	4	21
16	5	3	3	5	2	2	20
17	3	3	4	4	4	3	21
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	5	5	5	5	28
20	1	2	3	1	3	2	12
21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	5	5	5	5	5	29
23	4	5	4	5	5	4	27
24	4	5	5	5	4	4	27
25	3	5	5	4	5	5	27
26	5	5	5	5	5	4	29
27	5	1	5	5	5	4	25
28	5	5	5	5	5	4	29
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	5	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil Angket
Variabel X2

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	3	3	3	3	3	3	18
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	5	5	4	5	5	28
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	5	5	5	5	5	29
8	5	4	5	4	4	4	26
9	5	4	4	5	4	5	27
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	5	5	5	5	30
14	3	3	2	2	2	2	14
15	4	4	4	3	4	4	23
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	5	5	5	5	5	30
18	3	3	5	4	4	4	23
19	3	3	4	4	3	3	20
20	5	5	5	5	5	5	30
21	3	4	4	4	5	3	23
22	3	3	3	3	3	3	18
23	3	3	3	3	3	3	18
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	4	5	4	28
26	5	4	3	5	5	5	27
27	5	5	5	5	5	3	28
28	4	5	5	4	4	4	26
29	3	4	4	3	4	4	22
30	3	3	3	4	3	4	20

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Hasil Angket Variabel X3

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	3	3	4	4	4	5	23
3	5	5	4	4	4	5	27
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	4	5	5	5	28
6	5	5	5	5	5	5	30
7	3	3	3	3	3	3	18
8	5	5	5	5	4	5	29
9	3	3	3	3	3	3	18
10	3	3	3	3	3	3	18
11	5	5	5	5	5	5	30
12	1	1	1	1	1	1	6
13	3	3	3	3	3	3	18
14	4	4	5	5	3	5	26
15	5	1	5	1	5	5	22
16	4	4	4	4	4	4	24
17	2	2	2	5	5	5	21
18	5	5	5	5	5	5	30
19	3	4	5	4	5	4	25
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	4	4	4	24
22	1	1	1	1	1	5	10
23	4	4	5	5	5	3	26
24	5	5	5	5	5	5	30
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	4	3	5	4	22
27	4	4	4	3	4	4	23
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	4	5	4	4	4	26
30	1	1	4	4	4	5	19

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hasil Angket
Variabel X4

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	5	5	5	4	5	29
2	5	3	3	4	4	4	23
3	4	4	5	5	5	5	28
4	2	2	3	1	3	1	12
5	3	3	3	3	2	2	16
6	5	4	5	5	1	5	25
7	3	3	5	4	3	3	21
8	5	5	5	4	3	5	27
9	4	4	5	5	4	4	26
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	5	5	5	5	5	29
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	4	4	4	4	5	26
18	3	3	4	4	4	3	21
19	5	5	5	5	5	4	29
20	4	4	4	4	3	3	22
21	5	1	5	5	1	4	21
22	2	2	2	2	2	2	12
23	2	2	2	2	2	2	12
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	4	4	3	4	3	23
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	2	2	2	2	2	13
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	4	4	4	4	3	23
30	4	5	4	5	4	5	27

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



Hasil Angket Variabel X1

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	3	3	4	3	4	3	20
3	5	5	5	5	4	4	28
4	3	3	3	3	4	4	20
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	3	3	3	21
7	2	3	3	4	5	4	21
8	4	5	4	4	5	4	26
9	4	4	4	5	5	5	27
10	1	1	1	1	1	5	10
11	5	5	2	5	5	5	27
12	3	5	4	4	5	3	24
13	3	3	3	3	3	3	18
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	5	4	4	4	27
16	5	5	5	5	5	5	30
17	2	2	1	1	2	1	9
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	4	3	3	25
20	5	5	4	4	4	5	27
21	5	5	4	4	4	4	26
22	4	4	4	4	5	5	26
23	3	5	5	5	5	5	28
24	3	2	3	1	1	4	14
25	5	5	5	5	5	5	30
26	3	3	3	3	4	3	19
27	3	3	3	3	3	3	18
28	5	5	5	5	5	5	30
29	1	1	1	1	1	2	7
30	4	1	3	3	3	2	16

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P2	Pearson	.705**	1	.737**	.755**	.714**	.699**	.883**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
P3	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.687**	.737**	1	.746**	.888**	.703**	.910**
	Correlation							
P4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.742**	.755**	.746**	1	.732**	.661**	.885**
P5	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson	.651**	.714**	.888**	.732**	1	.675**	.892**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
TOTAL	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.590**	.699**	.703**	.661**	.675**	1	.824**
	Correlation							
L	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.838**	.883**	.910**	.885**	.892**	.824**	1
L	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
L	N	100	100	100	100	100	100	100

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

RELIABILITY

```

/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability X1

Notes

Output Created	08-AUG-2023 15:06:38	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File		100
	Matrix Input		
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.	
Missing Value Handling	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.	
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time		00:00:00.00
	Elapsed Time		00:00:00.00

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	6

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```



Correlations

Notes

Output Created	08-AUG-2023 15:07:49	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.	
	Cases Used	
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.03

[DataSet1]

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.862**	.807**	.698**	.779**	.900**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.862**	1	.885**	.744**	.874**	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.807**	.885**	1	.746**	.860**	.936**
	Sig. (2-tailed)						



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson	.698**	.744**	.746**	1	.750**	.653**	.844**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson	.779**	.874**	.860**	.750**	1	.848**	.937**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson	.757**	.802**	.818**	.653**	.848**	1	.892**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson	.900**	.946**	.936**	.844**	.937**	.892**	1
	Correlation							
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

RELIABILITY

```

/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability X2

Notes

Output Created		08-AUG-2023 15:08:06
Comments		
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
Input	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
	Matrix Input	



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Cases Used	RELIABILITY /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Syntax	
Processor Time	00:00:00.00
Resources	Elapsed Time 00:00:00.01

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.957	6

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```




- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

Output Created	08-AUG-2023 15:08:52	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.	
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

[DataSet1]

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.839**	.711**	.694**	.738**	.886**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.839**	1	.611**	.701**	.694**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P3	Pearson	.711**	.611**	1	.757**	.765**	.747**	.879**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
P4	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.694**	.701**	.757**	1	.784**	.740**	.897**
	Correlation							
P5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.738**	.694**	.765**	.784**	1	.688**	.897**
P6	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson	.589**	.465**	.747**	.740**	.688**	1	.803**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
L	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.886**	.839**	.879**	.897**	.897**	.803**	1
	Correlation							
L	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

```
RELIABILITY
/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Notes

Output Created	08-AUG-2023 15:09:10
Comments	
Input	Active Dataset DataSet1 Filter <none> Weight <none> Split File <none> N of Rows in Working 100 Data File Matrix Input



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	6

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Correlations

Notes

Output Created	08-AUG-2023 15:09:54	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.	
	Cases Used	
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.03

[DataSet1]

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL	
P1	Pearson Correlation	1	.763**	.755**	.733**	.493**	.677**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
P2	Pearson Correlation	.763**	1	.813**	.766**	.679**	.725**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

	N	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson	.755**	.813**	1	.844**	.554**	.815**	.909**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
P4	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.733**	.766**	.844**	1	.641**	.760**	.905**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
P5	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.493**	.679**	.554**	.641**	1	.684**	.787**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
P6	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.677**	.725**	.815**	.760**	.684**	1	.891**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
TOTAL	N	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.835**	.907**	.909**	.905**	.787**	.891**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

RELIABILITY

```

/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability

Notes

Output Created	08-AUG-2023 15:10:07
Comments	
Input	Active Dataset DataSet1 Filter <none> Weight <none> Split File <none> N of Rows in Working Data File 100



1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.00

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	6

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```



Correlations

Notes

Output Created		08-AUG-2023 15:10:45
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.02

[DataSet1]

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1							
Pearson Correlation	1	.849**	.688**	.794**	.795**	.722**	.906**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
P2							
Pearson Correlation	.849**	1	.713**	.845**	.837**	.741**	.933**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

P3	Pearson Correlation	.688**	.713**	1	.699**	.646**	.564**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.794**	.845**	.699**	1	.848**	.770**	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.795**	.837**	.646**	.848**	1	.772**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	.722**	.741**	.564**	.770**	.772**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.906**	.933**	.811**	.927**	.916**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

```
RELIABILITY
/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Notes

Output Created	08-AUG-2023 15:10:56
Comments	
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Matrix Input
	DataSet1 <none> <none> <none> 100



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.00

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	6

UIN SUSKA RIAU



Lampiran 5; Hasil Penyebaran Instrumen

Hasil Angket
Variabel X1

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	1	1	1	1	1	5	10
2	3	4	4	4	5	5	25
3	1	1	1	1	1	1	6
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	5	4	5	28
6	4	4	4	4	4	5	25
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30
9	2	3	3	3	3	3	17
10	3	4	4	3	3	4	21
11	4	4	3	3	4	3	21
12	3	4	3	4	3	4	21
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	3	3	4	3	4	4	21
16	5	3	3	5	2	2	20
17	3	3	4	4	4	3	21
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	5	5	5	5	28
20	1	2	3	1	3	2	12
21	3	3	3	3	3	3	18
22	4	5	5	5	5	5	29
23	4	5	4	5	5	4	27
24	4	5	5	5	4	4	27
25	3	5	5	4	5	5	27
26	5	5	5	5	5	4	29
27	5	1	5	5	5	4	25
28	5	5	5	5	5	4	29
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	4	4	4	4	4	25
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	5	5	5	5	5	30
34	3	3	3	3	3	3	18
35	3	4	4	4	3	5	23
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	5	5	5	5	30
38	3	3	3	4	3	3	19
39	3	3	3	4	3	3	19
40	5	5	5	5	5	5	30
41	4	3	4	5	5	4	25

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

42	5	2	3	2	2	4	18
43	2	4	4	4	4	4	22
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	3	4	3	2	20
46	4	5	5	5	5	5	29
47	5	3	3	3	2	3	19
48	4	4	4	4	4	4	24
49	3	3	3	4	3	4	20
50	5	4	4	4	4	4	25
51	4	3	4	3	3	5	22
52	4	5	4	3	4	3	23
53	2	1	2	3	2	1	11
54	5	5	5	5	5	5	30
55	3	5	4	5	4	5	26
56	3	3	3	3	3	3	18
57	5	5	5	5	4	5	29
58	5	5	5	5	5	4	29
59	5	5	5	5	5	3	28
60	1	1	1	1	1	1	6
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	4	4	4	4	26
63	5	4	4	5	5	5	28
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	5	4	5	5	5	28
66	3	3	4	4	3	3	20
67	2	4	3	4	2	4	19
68	5	5	5	5	5	5	30
69	3	3	3	4	3	3	19
70	3	3	3	3	3	3	18
71	4	5	5	5	5	5	29
72	2	1	1	1	1	1	7
73	3	3	3	4	5	3	21
74	3	3	3	5	3	3	20
75	5	5	1	5	1	5	22
76	3	3	3	3	3	3	18
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	5	4	3	5	4	26
80	5	5	5	5	5	5	30
81	3	3	3	3	4	4	20
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	4	4	4	4	26
84	5	4	5	5	4	4	27
85	3	3	3	3	3	3	18
86	5	5	4	5	4	4	27
87	4	4	3	4	3	3	21
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	4	4	4	4	3	24

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



33	5	5	5	5	5	5	30
34	3	3	2	2	2	2	14
35	4	4	4	3	4	4	23
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	5	5	5	5	30
38	3	3	5	4	4	4	23
39	3	3	4	4	3	3	20
40	5	5	5	5	5	5	30
41	3	4	4	4	5	3	23
42	3	3	3	3	3	3	18
43	3	3	3	3	3	3	18
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	5	5	4	5	4	28
46	5	4	3	5	5	5	27
47	5	5	5	5	5	3	28
48	4	5	5	4	4	4	26
49	3	4	4	3	4	4	22
50	3	3	3	4	3	4	20
51	4	4	4	5	5	4	26
52	3	3	4	3	4	5	22
53	1	1	1	1	1	1	6
54	5	5	5	5	5	5	30
55	5	5	5	4	5	5	29
56	3	3	3	3	3	3	18
57	3	3	5	5	5	5	26
58	4	5	4	5	5	5	28
59	5	5	5	5	5	5	30
60	2	2	3	2	1	1	11
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	3	4	4	4	4	23
63	5	5	5	4	4	5	28
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	5	5	4	4	4	27
66	1	4	4	2	5	5	21
67	4	5	4	5	4	3	25
68	5	5	5	5	5	5	30
69	3	3	4	4	3	3	20
70	3	3	3	3	3	3	18
71	5	5	5	5	5	5	30
72	1	1	1	1	1	1	6
73	4	5	5	4	3	4	25
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	1	5	5	26
76	3	3	3	3	3	3	18
77	2	2	2	2	2	3	13
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	3	5	4	3	5	24
80	5	5	5	5	5	5	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

81	4	4	4	4	4	4	24
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	5	4	5	5	5	28
84	5	5	5	5	5	5	30
85	3	3	3	3	3	3	18
86	4	3	3	4	3	4	21
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	4	4	4	4	4	24
90	3	3	4	3	4	4	21
91	5	5	5	5	5	4	29
92	5	4	4	4	5	5	27
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	4	4	1	4	5	23
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	30
97	3	4	4	4	4	4	23
98	3	3	3	3	3	3	18
99	4	4	3	4	4	4	23
100	5	5	5	5	5	5	30

Hasil Angket
Variabel X3

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	1	1	1	1	1	1	6
2	4	4	5	4	4	5	26
3	1	1	1	1	1	1	6
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30
9	3	3	3	3	3	3	18
10	4	4	4	4	4	4	24
11	5	3	5	4	3	5	25
12	4	4	3	4	4	4	23
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	1	5	5	3	24
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	4	4	3	26
18	4	4	5	5	4	5	27
19	5	4	5	5	5	5	29
20	1	3	2	1	1	1	9
21	2	3	3	3	3	3	17
22	2	1	5	5	2	5	20
23	3	3	3	4	3	5	21

24	4	4	5	5	5	5	28
25	5	4	4	5	4	4	26
26	5	5	5	5	5	5	30
27	1	1	5	5	5	5	22
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	4	5	4	5	5	28
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	4	4	4	4	26
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	5	5	26
34	4	4	4	4	4	4	24
35	3	4	5	4	5	5	26
36	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	4	4	4	5	4	25
39	4	4	4	3	4	4	23
40	5	5	5	5	5	5	30
41	3	4	5	4	4	5	25
42	3	3	3	3	3	4	19
43	4	4	4	4	4	4	24
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	5	4	5	4	5	27
46	5	4	5	5	5	5	29
47	3	3	3	3	3	3	18
48	5	4	4	4	4	4	25
49	3	4	4	4	4	3	22
50	3	2	4	4	2	5	20
51	4	5	5	4	5	4	27
52	5	4	5	5	5	4	28
53	1	1	1	1	1	1	6
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	5	5	5	4	27
56	3	3	3	3	3	3	18
57	5	5	5	5	5	4	29
58	5	4	5	5	5	5	29
59	5	5	5	5	5	5	30
60	3	3	3	3	3	3	18
61	5	5	5	5	5	5	30
62	3	3	4	4	4	5	23
63	5	5	4	4	4	5	27
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	5	4	5	5	5	28
66	5	5	5	5	5	5	30
67	3	3	3	3	3	3	18
68	5	5	5	5	4	5	29
69	3	3	3	3	3	3	18
70	3	3	3	3	3	3	18
71	5	5	5	5	5	5	30

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

72	1	1	1	1	1	1	6
73	3	3	3	3	3	3	18
74	4	4	5	5	3	5	26
75	5	1	5	1	5	5	22
76	4	4	4	4	4	4	24
77	2	2	2	5	5	5	21
78	5	5	5	5	5	5	30
79	3	4	5	4	5	4	25
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	4	4	4	4	24
82	1	1	1	1	1	5	10
83	4	4	5	5	5	3	26
84	5	5	5	5	5	5	30
85	3	3	3	3	3	3	18
86	3	3	4	3	5	4	22
87	4	4	4	3	4	4	23
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	4	5	4	4	4	26
90	1	1	4	4	4	5	19
91	5	5	4	5	4	5	28
92	4	5	5	5	5	5	29
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	5	5	5	5	30
96	4	2	5	5	5	5	26
97	4	4	4	3	4	4	23
98	3	2	3	3	3	4	18
99	4	4	4	4	3	4	23
100	5	5	5	5	5	5	30

Hasil Angket Variabel X4

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	1	1	1	1	1	1	6
2	4	3	3	3	4	4	21
3	1	1	1	1	1	1	6
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30
9	3	3	3	3	3	3	18
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	3	5	4	2	4	22
12	5	4	4	4	4	4	25

13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	1	3	24
15	3	1	1	1	1	2	9
16	2	1	5	4	1	5	18
17	5	5	5	5	4	5	29
18	5	3	3	4	4	4	23
19	4	4	5	5	5	5	28
20	2	2	3	1	3	1	12
21	3	3	3	3	2	2	16
22	5	4	5	5	1	5	25
23	3	3	5	4	3	3	21
24	5	5	5	4	3	5	27
25	4	4	5	5	4	4	26
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	5	5	5	5	5	29
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	4	4	4	4	5	26
34	3	3	4	4	4	3	21
35	5	5	5	5	5	4	29
36	4	4	4	4	3	3	22
37	5	1	5	5	1	4	21
38	2	2	2	2	2	2	12
39	2	2	2	2	2	2	12
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	4	4	3	4	3	23
42	3	3	3	3	3	3	18
43	3	2	2	2	2	2	13
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	4	3	23
46	4	5	4	5	4	5	27
47	4	2	3	3	2	3	17
48	4	4	4	4	4	4	24
49	3	3	3	3	3	2	17
50	2	2	2	1	5	4	16
51	4	5	4	4	5	4	26
52	4	5	4	5	4	5	27
53	1	1	1	1	1	1	6
54	5	5	5	5	2	3	25

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



55	4	4	5	4	4	4	25
56	3	3	3	3	3	3	18
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	3	1	5	24
60	2	2	2	2	2	2	12
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	4	4	4	5	4	26
63	5	4	4	4	5	4	26
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	4	4	4	4	26
66	5	5	5	3	3	3	24
67	4	3	2	4	4	2	19
68	5	5	5	5	5	5	30
69	3	3	3	3	3	3	18
70	3	3	3	3	3	3	18
71	4	5	5	5	5	5	29
72	1	2	1	1	1	1	7
73	3	1	2	2	2	4	14
74	4	3	3	3	1	1	15
75	5	5	5	1	2	5	23
76	3	3	3	3	3	3	18
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	4	5	5	5	5	29
79	4	4	5	3	5	5	26
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	4	4	4	4	24
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	4	5	5	5	5	28
84	5	5	5	5	5	5	30
85	3	3	3	3	3	3	18
86	5	3	3	4	2	3	20
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	5	5	5	3	3	26
90	3	2	3	3	3	3	17
91	4	5	4	4	4	5	26
92	4	4	4	5	5	5	27
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	1	1	1	1	1	10
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	4	5	4	1	4	23

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

97	3	4	4	4	4	4	23
98	3	3	3	3	3	3	18
99	3	2	3	3	3	4	18
100	5	4	5	5	5	5	29

Hasil Angket Variabel Y

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	1	1	1	1	1	1	6
2	5	5	5	4	5	3	27
3	1	1	1	1	1	1	6
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	3	3	4	3	3	20
8	5	5	5	5	5	5	30
9	3	3	3	3	3	3	18
10	4	4	4	4	4	4	24
11	5	4	4	3	4	5	25
12	4	3	4	3	4	3	21
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	3	3	3	5	3	22
16	5	5	4	3	5	5	27
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	1	5	5	5	26
19	5	4	5	5	5	5	29
20	1	1	2	3	1	1	9
21	3	3	3	3	3	3	18
22	5	5	1	5	5	5	26
23	4	4	4	4	4	4	24
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	1	5	5	5	26
27	5	4	5	5	5	4	28
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	5	5	5	5	5	29
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	5	5	5	4	4	28
34	4	3	4	3	3	4	21
35	4	4	4	4	5	5	26
36	4	4	4	4	5	4	25
37	5	4	5	5	5	5	29
38	4	3	3	3	3	3	19
39	3	4	3	2	3	2	17



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

40	5	5	5	5	5	5	30
41	3	4	5	4	4	3	23
42	3	3	3	3	3	3	18
43	4	4	4	4	4	3	23
44	5	5	5	5	5	5	30
45	3	3	4	3	4	3	20
46	5	5	5	5	4	4	28
47	3	3	3	3	4	4	20
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	3	3	3	21
50	2	3	3	4	5	4	21
51	4	5	4	4	5	4	26
52	4	4	4	5	5	5	27
53	1	1	1	1	1	5	10
54	5	5	2	5	5	5	27
55	3	5	4	4	5	3	24
56	3	3	3	3	3	3	18
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	4	4	4	27
59	5	5	5	5	5	5	30
60	2	2	1	1	2	1	9
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	5	4	3	3	25
63	5	5	4	4	4	5	27
64	5	5	4	4	4	4	26
65	4	4	4	4	5	5	26
66	3	5	5	5	5	5	28
67	3	2	3	1	1	4	14
68	5	5	5	5	5	5	30
69	3	3	3	3	4	3	19
70	3	3	3	3	3	3	18
71	5	5	5	5	5	5	30
72	1	1	1	1	1	2	7
73	4	1	3	3	3	2	16
74	4	4	4	4	5	5	26
75	5	4	4	3	5	4	25
76	3	3	3	3	3	3	18
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	4	5	5	3	4	25
80	5	5	4	5	5	5	29
81	4	4	4	4	4	4	24
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	5	5	5	5	30
84	5	5	5	5	5	5	30
85	3	3	3	3	3	3	18
86	3	4	3	3	3	3	19
87	5	5	5	4	5	4	28

88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	4	4	4	5	4	25
90	3	3	3	3	3	3	18
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	5	5	5	27
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	30
97	4	4	4	4	4	4	24
98	3	2	2	3	3	3	16
99	4	4	4	3	3	2	20
100	5	5	5	5	5	5	30

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 6; Hasil Perhitungan Angket

```
FREQUENCIES VARIABLES=X1
  /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM
  /ORDER=ANALYSIS .
```

Frequencies

Notes		
Output Created		08-AUG-2023 14:28:27
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
	Cases Used	FREQUENCIES VARIABLES=X1 /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE /HISTOGRAM /ORDER=ANALYSIS.
Syntax		
Resources	Processor Time	00:00:00.62
	Elapsed Time	00:00:01.37

[DataSet0]

Statistics

X1		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		23.91
Median		25.00
Mode		30
Std. Deviation		5.805
Minimum		6
Maximum		30

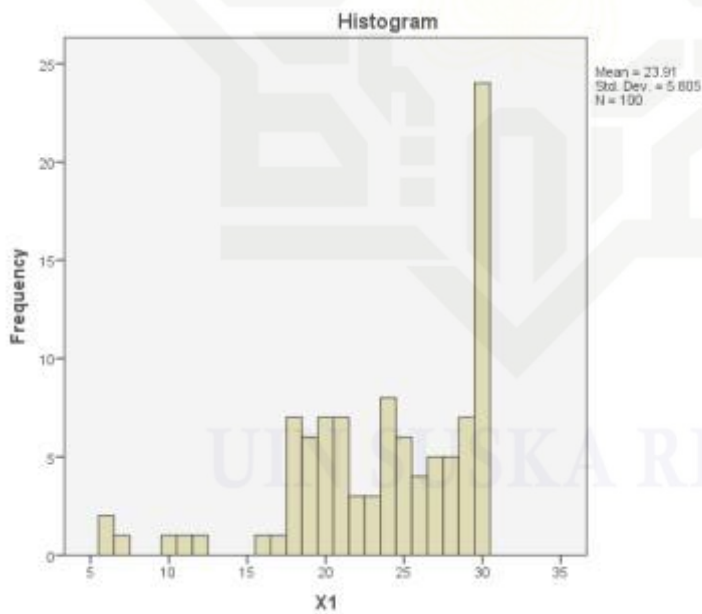


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
6	2	2.0	2.0	2.0
7	1	1.0	1.0	3.0
10	1	1.0	1.0	4.0
11	1	1.0	1.0	5.0
12	1	1.0	1.0	6.0
16	1	1.0	1.0	7.0
17	1	1.0	1.0	8.0
18	7	7.0	7.0	15.0
19	6	6.0	6.0	21.0
20	7	7.0	7.0	28.0
Valid 21	7	7.0	7.0	35.0
22	3	3.0	3.0	38.0
23	3	3.0	3.0	41.0
24	8	8.0	8.0	49.0
25	6	6.0	6.0	55.0
26	4	4.0	4.0	59.0
27	5	5.0	5.0	64.0
28	5	5.0	5.0	69.0
29	7	7.0	7.0	76.0
30	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



FREQUENCIES VARIABLES=X1

/STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE

/HISTOGRAM
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:29:03
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data. FREQUENCIES VARIABLES=X2 /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE /HISTOGRAM /ORDER=ANALYSIS.
Syntax		
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.17 00:00:00.15

[DataSet0]

Statistics

X2

N	Valid	100
	Missing	0
Mean		24.65
Median		26.00
Mode		30
Std. Deviation		6.033
Minimum		6
Maximum		30

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
6	3	3.0	3.0	3.0
7	1	1.0	1.0	4.0
11	1	1.0	1.0	5.0
12	1	1.0	1.0	6.0
13	1	1.0	1.0	7.0
14	1	1.0	1.0	8.0
Valid 18	9	9.0	9.0	17.0
20	3	3.0	3.0	20.0
21	3	3.0	3.0	23.0
22	2	2.0	2.0	25.0
23	9	9.0	9.0	34.0
24	10	10.0	10.0	44.0
25	2	2.0	2.0	46.0



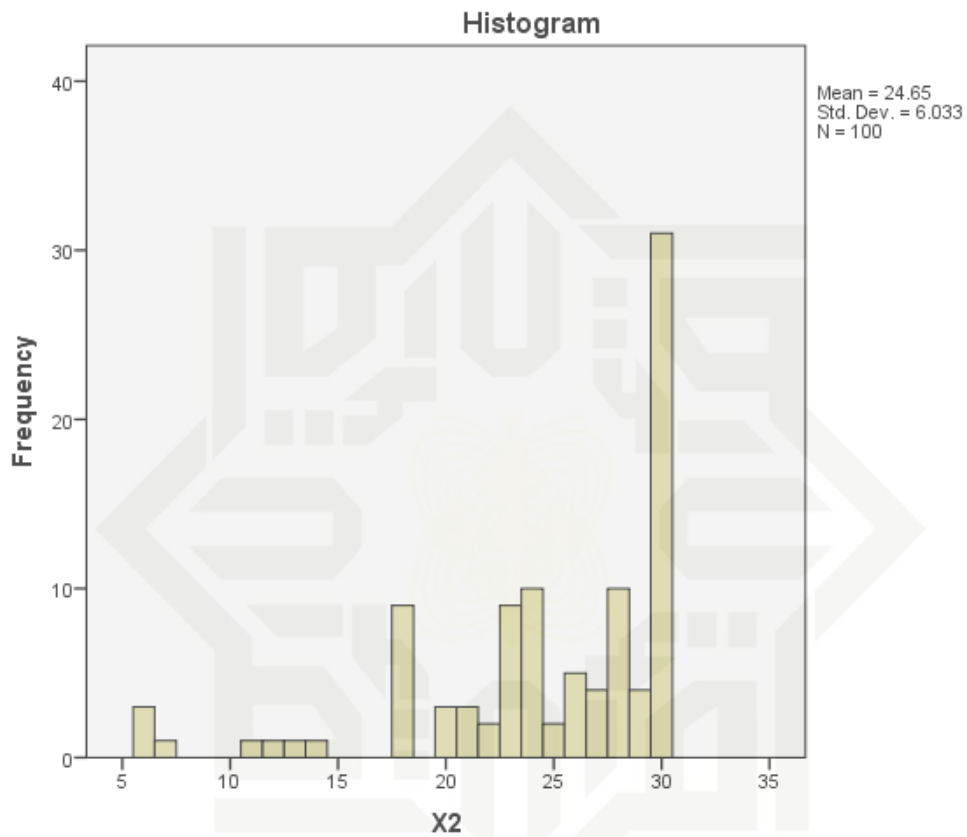
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

26	5	5.0	5.0	51.0
27	4	4.0	4.0	55.0
28	10	10.0	10.0	65.0
29	4	4.0	4.0	69.0
30	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



```

FREQUENCIES VARIABLES=X3
  /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM
  /ORDER=ANALYSIS.

```



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Frequencies

Notes

Output Created	08-AUG-2023 14:29:42	
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data. FREQUENCIES VARIABLES=X3 /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE /HISTOGRAM /ORDER=ANALYSIS.
Syntax		
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.11 00:00:00.13

[DataSet0]

Statistics

X3		
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		24.40
Median		26.00
Mode		30
Std. Deviation		5.936
Minimum		6
Maximum		30

X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
6	4	4.0	4.0	4.0
9	1	1.0	1.0	5.0
10	1	1.0	1.0	6.0
17	1	1.0	1.0	7.0
18	10	10.0	10.0	17.0
Valid 19	2	2.0	2.0	19.0
20	2	2.0	2.0	21.0
21	2	2.0	2.0	23.0
22	4	4.0	4.0	27.0
23	6	6.0	6.0	33.0
24	10	10.0	10.0	43.0



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

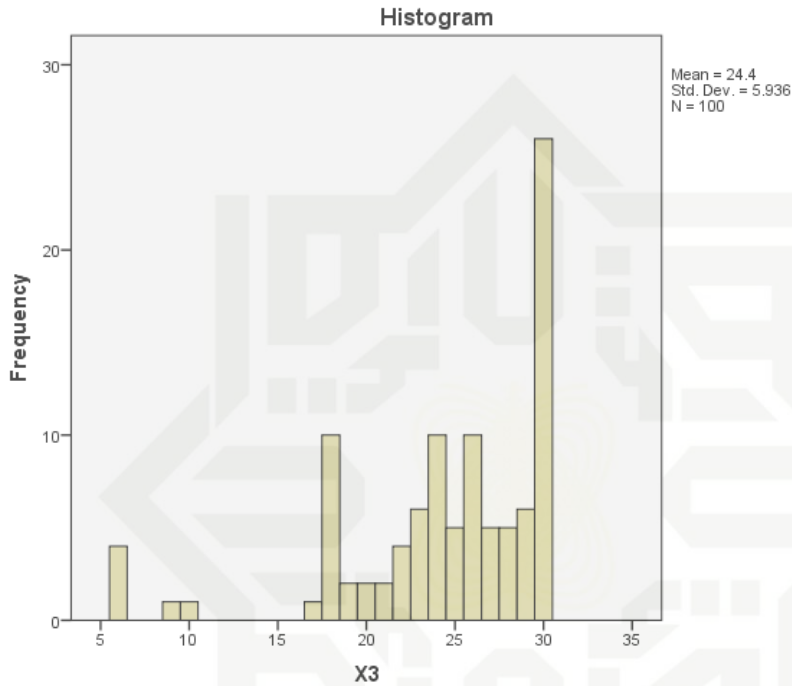
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

25	5	5.0	5.0	48.0
26	10	10.0	10.0	58.0
27	5	5.0	5.0	63.0
28	5	5.0	5.0	68.0
29	6	6.0	6.0	74.0
30	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



```

FREQUENCIES VARIABLES=X4
  /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM
  /ORDER=ANALYSIS.
    
```

Frequencies

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:30:15
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Syntax	FREQUENCIES VARIABLES=X4 /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE /HISTOGRAM /ORDER=ANALYSIS.	
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.22 00:00:00.18

[DataSet0]

Statistics

X4

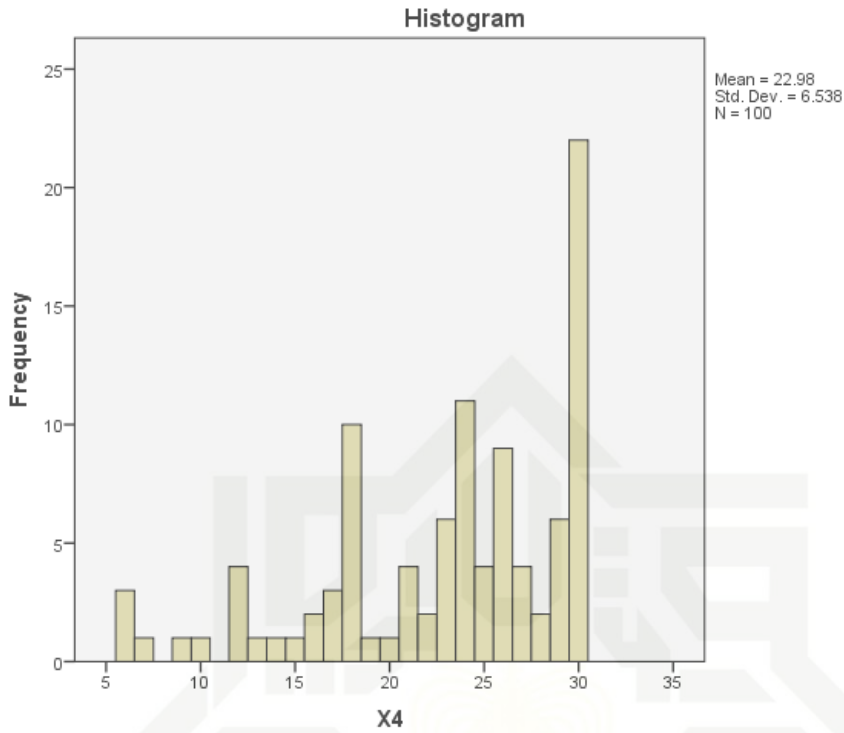
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		22.98
Median		24.00
Mode		30
Std. Deviation		6.538
Minimum		6
Maximum		30

X4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
6	3	3.0	3.0	3.0
7	1	1.0	1.0	4.0
9	1	1.0	1.0	5.0
10	1	1.0	1.0	6.0
12	4	4.0	4.0	10.0
13	1	1.0	1.0	11.0
14	1	1.0	1.0	12.0
15	1	1.0	1.0	13.0
16	2	2.0	2.0	15.0
17	3	3.0	3.0	18.0
18	10	10.0	10.0	28.0
Valid 19	1	1.0	1.0	29.0
20	1	1.0	1.0	30.0
21	4	4.0	4.0	34.0
22	2	2.0	2.0	36.0
23	6	6.0	6.0	42.0
24	11	11.0	11.0	53.0
25	4	4.0	4.0	57.0
26	9	9.0	9.0	66.0
27	4	4.0	4.0	70.0
28	2	2.0	2.0	72.0
29	6	6.0	6.0	78.0
30	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



```

FREQUENCIES VARIABLES=Y
  /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE
  /HISTOGRAM
  /ORDER=ANALYSIS.
    
```

Frequencies

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:30:41
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Y /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE /HISTOGRAM /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.19 00:00:00.15



[DataSet0]

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

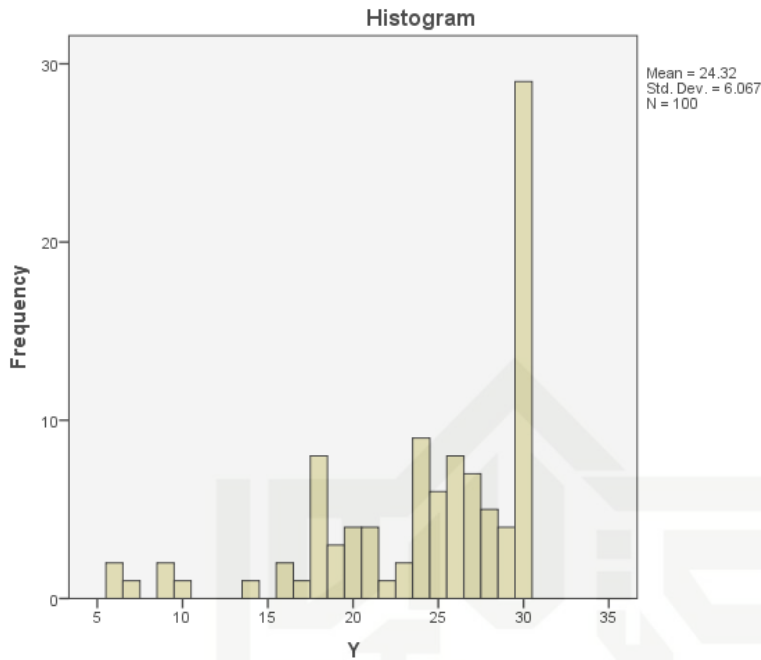
Statistics

		Y
N	Valid	100
	Missing	0
Mean		24.32
Median		26.00
Mode		30
Std. Deviation		6.067
Minimum		6
Maximum		30

		Y			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	2	2.0	2.0	2.0
	7	1	1.0	1.0	3.0
	9	2	2.0	2.0	5.0
	10	1	1.0	1.0	6.0
	14	1	1.0	1.0	7.0
	16	2	2.0	2.0	9.0
	17	1	1.0	1.0	10.0
	18	8	8.0	8.0	18.0
	19	3	3.0	3.0	21.0
	20	4	4.0	4.0	25.0
	21	4	4.0	4.0	29.0
	22	1	1.0	1.0	30.0
	23	2	2.0	2.0	32.0
	24	9	9.0	9.0	41.0
	25	6	6.0	6.0	47.0
	26	8	8.0	8.0	55.0
	27	7	7.0	7.0	62.0
	28	5	5.0	5.0	67.0
	29	4	4.0	4.0	71.0
	30	29	29.0	29.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X1 Y
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:47:17
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X1 Y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.03



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

[DataSet0]

Correlations

		Gaya Hidup	Keputusan
Gaya Hidup	Pearson Correlation	1	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan	Pearson Correlation	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X2 Y
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:47:34
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X2 Y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.01



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

[DataSet0]

Correlations

		Desain	Keputusan
Desain	Pearson Correlation	1	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan	Pearson Correlation	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X3 Y
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:47:55
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X3 Y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.01

[DataSet0]

Correlations

		Endorsment	Keputusan
Endorsment	Pearson Correlation	1	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan	Pearson Correlation	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

```
CORRELATIONS
/VARIABLES=X4 Y
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:48:18
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X4 Y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.00 00:00:00.03

[DataSet0]

Correlations

		WoM	Keputusan
WoM	Pearson Correlation	1	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan	Pearson Correlation	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

```
MEANS TABLES=Y BY X1 X2 X3 X4
/CELLS MEAN COUNT STDDEV
/STATISTICS LINEARITY.
```

Means

		Notes
Output Created		08-AUG-2023 14:49:06
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	For each dependent variable in a table, user-defined missing values for the dependent and all grouping variables are treated as missing. Cases used for each table have no missing values in any independent variable, and not all dependent variables have missing values. MEANS TABLES=Y BY X1 X2 X3 X4
Syntax		/CELLS MEAN COUNT STDDEV /STATISTICS LINEARITY.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.03 00:00:00.03

[DataSet0]

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Keputusan * Gaya Hidup	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Keputusan * Desain	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Keputusan * Endorsment	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Keputusan * WoM	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Keputusan * Gaya Hidup

Report

Keputusan

Gaya Hidup	Mean	N	Std. Deviation
6	7.50	2	2.121
7	7.00	1	.
10	6.00	1	.
11	10.00	1	.
12	9.00	1	.
16	16.00	1	.
17	18.00	1	.
18	18.43	7	1.134
19	18.17	6	2.317
20	25.14	7	3.671
21	23.71	7	4.645
22	24.67	3	1.528
23	25.67	3	1.528
24	23.38	8	2.925
25	25.50	6	3.391
26	26.00	4	2.708
27	26.60	5	4.980
28	28.40	5	1.817
29	28.14	7	1.864
30	29.33	24	1.274
Total	24.32	100	6.067

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Gaya Hidup	(Combined)	3075.128	19	161.849	22.770	.000
	Between Groups	2779.007	1	2779.007	390.974	.000
	Linearity	296.121	18	16.451	2.314	.006
	Deviation from Linearity	568.632	80	7.108		
	Within Groups	3643.760	99			
Total						

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan * Gaya Hidup	.873	.763	.919	.844

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Keputusan * Desain

Report

Keputusan

Desain	Mean	N	Std. Deviation
6	7.67	3	2.082
7	6.00	1	.
11	9.00	1	.
12	9.00	1	.
13	30.00	1	.
14	21.00	1	.
18	18.33	9	1.871
20	19.00	3	2.000
21	21.67	3	5.508
22	24.00	2	4.243
23	23.67	9	3.279
24	24.30	10	2.312
25	15.00	2	1.414
26	27.00	5	2.828
27	27.50	4	1.291
28	26.00	10	3.651
29	26.50	4	3.000
30	29.10	31	1.660
Total	24.32	100	6.067

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Desain	(Combined)	3117.617	17	183.389	28.581	.000
	Between Groups	2545.277	1	2545.277	396.684	.000
	Linearity	572.340	16	35.771	5.575	.000
	Deviation from Linearity	526.143	82	6.416		
	Within Groups	3643.760	99			
Total						

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan * Desain	.836	.699	.925	.856

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Keputusan * Endorsment

Report

Keputusan

Endorsment	Mean	N	Std. Deviation
6	7.25	4	1.893
9	9.00	1	.
10	30.00	1	.
17	18.00	1	.
18	16.60	10	3.169
19	18.00	2	.000
20	23.50	2	3.536
21	27.00	2	4.243
22	23.25	4	4.031
23	22.50	6	3.937
24	23.10	10	3.247
25	23.20	5	2.490
26	27.60	10	2.319
27	24.60	5	2.793
28	27.20	5	2.387
29	28.50	6	1.378
30	29.31	26	1.320
Total	24.32	100	6.067

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Endorsment	(Combined)	3110.722	16	194.420	30.273	.000
	Between Groups	2554.879	1	2554.879	397.823	.000
	Deviation from Linearity	555.842	15	37.056	5.770	.000
	Within Groups	533.038	83	6.422		
	Total	3643.760	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan * Endorsment	.837	.701	.924	.854

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keputusan * WoM

Report

Keputusan	WoM	Mean	N	Std. Deviation
	6	7.33	3	2.309
	7	7.00	1	.
	9	22.00	1	.
	10	30.00	1	.
	12	13.50	4	5.260
	13	23.00	1	.
	14	16.00	1	.
	15	26.00	1	.
	16	19.50	2	2.121
	17	19.67	3	1.528
	18	19.00	10	2.981
	19	14.00	1	.
	20	19.00	1	.
	21	25.25	4	3.500
	22	25.00	2	.000
	23	24.67	6	3.327
	24	26.00	11	3.347
	25	24.50	4	2.646
	26	26.22	9	1.856
	27	28.00	4	1.414
	28	29.50	2	.707
	29	29.33	6	1.633
	30	29.32	22	1.323
	Total	24.32	100	6.067

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * WoM	(Combined)	3151.682	22	143.258	22.417	.000
	Between Groups	2496.872	1	2496.872	390.708	.000
	Deviation from Linearity	654.810	21	31.181	4.879	.000
	Within Groups	492.078	77	6.391		
	Total	3643.760	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan * WoM	.828	.685	.930	.865



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ONEWAY Y BY X1
 /STATISTICS HOMOGENEITY
 /MISSING ANALYSIS.

Oneway

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:49:53
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
Syntax		ONEWAY Y BY X1 /STATISTICS HOMOGENEITY /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.00 00:00:00.00

[DataSet0]

Test of Homogeneity of Variances

Keputusan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.740	13	80	.000

ANOVA

Keputusan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3075.128	19	161.849	22.770	.000
Within Groups	568.632	80	7.108		
Total	3643.760	99			

ONEWAY Y BY X2
 /STATISTICS HOMOGENEITY
 /MISSING ANALYSIS.



Oneway

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:50:15
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
Syntax		ONEWAY Y BY X2 /STATISTICS HOMOGENEITY /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.01

[DataSet0]

Test of Homogeneity of Variances

Keputusan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.294	12	82	.014

ANOVA

Keputusan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3117.617	17	183.389	28.581	.000
Within Groups	526.143	82	6.416		
Total	3643.760	99			

ONEWAY Y BY X3

/STATISTICS HOMOGENEITY
/MISSING ANALYSIS.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Oneway

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:50:49
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Definition of Missing	DataSet0 <none> <none> <none> 100 User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Cases Used	Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
Syntax		ONEWAY Y BY X3 /STATISTICS HOMOGENEITY /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.00 00:00:00.01

[DataSet0]

Test of Homogeneity of Variances

Keputusan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.204	13	83	.016

ANOVA

Keputusan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3110.722	16	194.420	30.273	.000
Within Groups	533.038	83	6.422		
Total	3643.760	99			

ONEWAY Y BY X4

/STATISTICS HOMOGENEITY
/MISSING ANALYSIS.

Oneway

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:51:06
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File	DataSet0 <none> <none> <none>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

N of Rows in Working Data File	100
Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling	Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis.
Cases Used	ONEWAY Y BY X4
Syntax	/STATISTICS HOMOGENEITY /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time 00:00:00.00 Elapsed Time 00:00:00.00

[DataSet0]

Test of Homogeneity of Variances

Keputusan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.209	14	77	.001

ANOVA

Keputusan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3151.682	22	143.258	22.417	.000
Within Groups	492.078	77	6.391		
Total	3643.760	99			

REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4
/SCATTERPLOT=(Y , *ZPRED)
/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID)
/SAVE RESID.

```

Regression

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Notes

Output Created		08-AUG-2023 14:56:52
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on cases with no missing values for any variable used. REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL CHANGE /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4 /SCATTERPLOT=(Y ,*ZPRED) /RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) /SAVE RESID.
Syntax		
Resources	Processor Time Elapsed Time Memory Required Additional Memory Required for Residual Plots	00:00:00.52 00:00:01.73 2308 bytes 560 bytes
Variables Created or Modified	RES_1	Unstandardized Residual

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	WoM, Endorsment, Desain, Gaya Hidup ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.927 ^a	.859	.853	2.324	.859	144.981	4	95	.000

a. Predictors: (Constant), WoM, Endorsment, Desain, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3130.876	4	782.719	144.981	.000 ^b
	Residual	512.884	95	5.399		
	Total	3643.760	99			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), WoM, Endorsment, Desain, Gaya Hidup

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.200	1.063		-.189	.851		
	Gaya Hidup	.336	.089	.322	3.796	.000	.206	4.856
	Desain	.170	.077	.169	2.225	.028	.256	3.909
	Endorsment	.313	.068	.307	4.622	.000	.337	2.968
	WoM	.202	.066	.217	3.059	.003	.294	3.407

a. Dependent Variable: Keputusan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	Gaya Hidup	Desain	Endorsment	WoM
1	1	4.918	1.000	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.042	10.810	.85	.01	.01	.00	.10
	3	.019	15.992	.13	.01	.12	.33	.49
	4	.013	19.482	.00	.13	.37	.64	.13
	5	.008	24.816	.02	.85	.50	.04	.28

a. Dependent Variable: Keputusan

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	5.93	30.45	24.32	5.624	100
Residual	-5.920	8.140	.000	2.276	100
Std. Predicted Value	-3.270	1.090	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.548	3.503	.000	.980	100

a. Dependent Variable: Keputusan



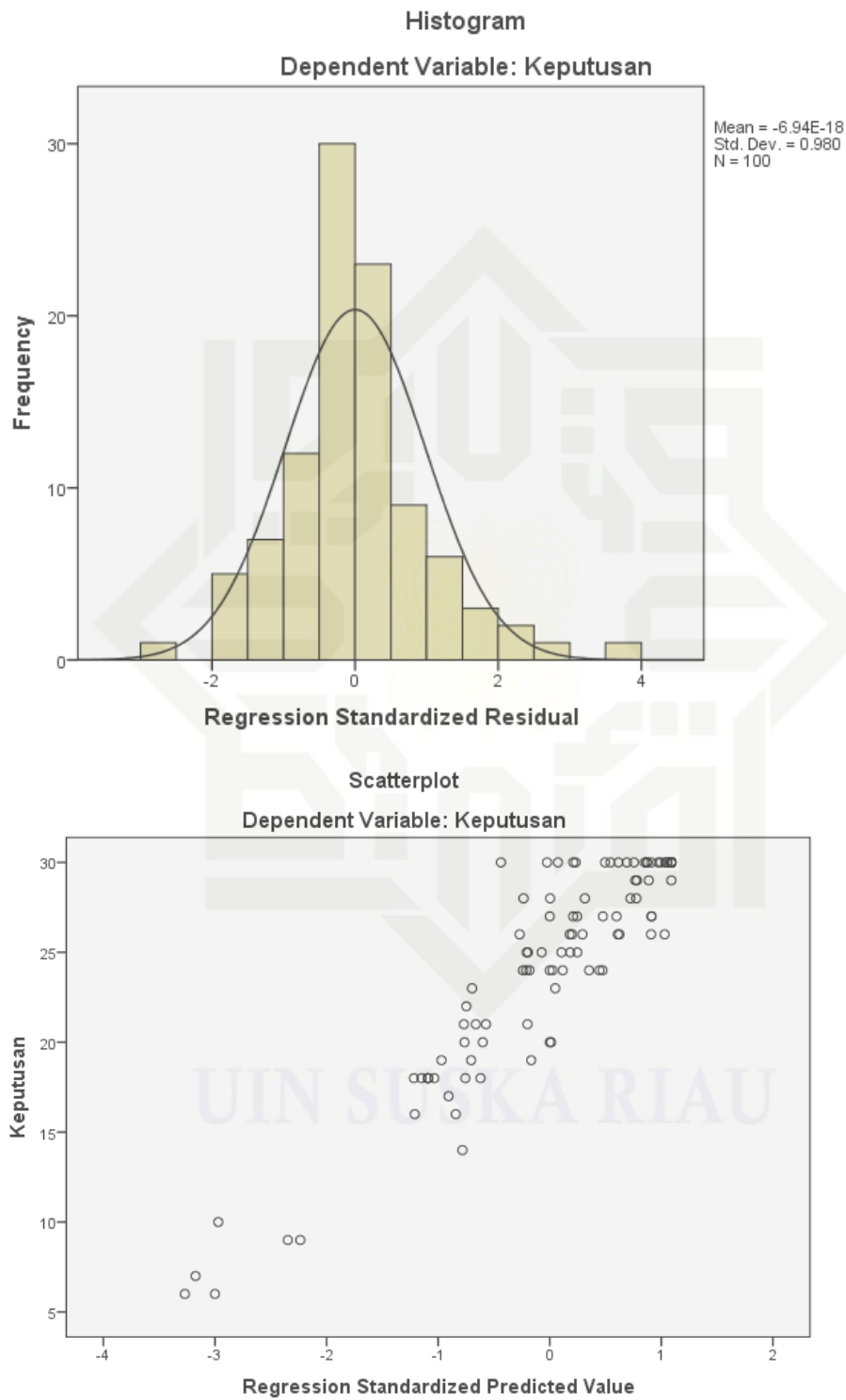
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Charts

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NPAR TESTS
 /K-S (NORMAL)=RES_1
 /MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Output Created	08-AUG-2023 14:58:30	
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax	NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS.	
Resources	Processor Time Elapsed Time Number of Cases Allowed ^a	00:00:00.02 00:00:00.02 196608

a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet0]

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean .0000000 Std. Deviation 2.27610323
Most Extreme Differences	Absolute .113 Positive .099 Negative -.113
Kolmogorov-Smirnov Z	1.125
Asymp. Sig. (2-tailed)	.159

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

الشهادة اختبار كفاءات اللغة العربية لغير الناطقين بها

يشهد العلق بأن :
سيد/ة :
Emilia Hasanah :
رقم الهوية : 1471094507950001
تاريخ الاختبار : 10-09-2023
الصلاحية : 10-09-2025

قد حصلت على النتيجة في اختبار الكفاءات في اللغة العربية لغير الناطقين بها

الاستماع : 47
القواعد : 44
القراءة : 47
المجموع : 460



Izin No: 420/BID/PAUD.PNF.2/VI/III/2017/6308

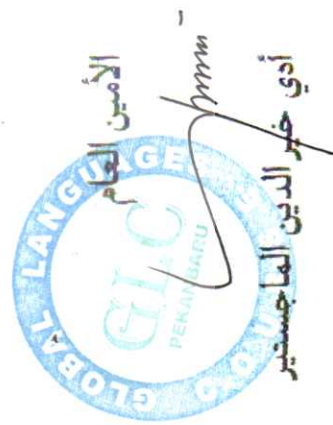
Under the auspices of:
Global Languages Course
At: Pekanbaru
Date: 11-09-2023

التوقيع التعريفي

No. 878/GLC/APT/IX/2023



Powered by e-Testid





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Certificate Number: 172/GLC/EPT/IX/2023

ENGLISH PROFICIENCY TEST[®] CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to certify that

Name : Emilia Hasanah
 ID Number : 1471094507950001
 Test Date : 09-09-2023
 Expired Date : 09-09-2025

achieved the following scores:

Listening Comprehension : 46
 Structure and Written Expression : 47
 Reading Comprehension : 45
 Total : 460



Linati Marta Kalisah, M. Pd
 Global Languages Course Director



Izin No: 420/BID.PAUD.PNF.2/VIII/2017/6309

Under the auspices of:
 Global Languages Course
 At: Pekanbaru
 Date: 11-09-2023



Powered by e-test.id



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/59616
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN TESIS**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat permohonan Riset dari : **Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau, Nomor : 3741/Un.04/Ps/HM.01/10/2023 Tanggal 5 Oktober 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : **EMILIA HASANAH**
 2. NIM / KTP : **22190323746**
 3. Program Studi : **EKONOMI SYARIAH**
 4. Konsentrasi : **-**
 5. Jenjang : **S2**
 6. Judul Penelitian : **PENGARUH GAYA HIDUP, DESAIN , WORD OF MOUTH DAN ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA SEWA PAPAN BUNGA RUSTIC DI KOTA PEKANBARU**
 7. Lokasi Penelitian : **PEKANBARU**

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 9 Oktober 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU**

Tembusan :

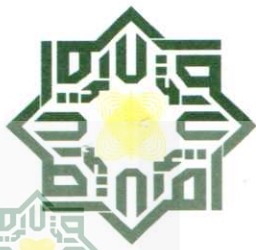
Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
3. Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
4. Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 Po.BOX. 1004
 Phone & Fax (0761) 858832. Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id>. Email : pasca@uin-suska.ac.id.

© Himpunan Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Nomor : B-3741/Un.04/Ps/HM.01/10/2023
 Lamp. : 1 berkas
 Hal : Izin Melakukan Kegiatan Riset Tesis/Disertasi

Pekanbaru, 05 Oktober 2023

Kepada
 Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu
 Satu Pintu Prov. Riau
 Pekanbaru

Dengan hormat, dalam rangka penulisan tesis/disertasi, maka dimohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengizinkan mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama	: Emilia hasanah
NIM	: 22190323746
Program Studi	: Ekonomi Syariah S2
Semester/Tahun	: V (Lima) / 2023
Judul Tesis/Disertasi	: Pengaruh Gaya hidup, Desain, word of mouth dan endorsement terhadap keputusan menggunakan jasa sewa papan bunga rustic di kota pekanbaru

untuk melakukan penelitian sekaligus pengumpulan data dan informasi yang diperlukannya dari Pekanbaru

Waktu Penelitian: 3 Bulan (05 Oktober 2023 s.d 05 Januari 2024)

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wasalam
 Direktur,

Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA

NIP. 19611230 198903 100 2

Tembusan:
 Yth. Rektor UIN Suska Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KONTROL KONSULTASI BIMBINGAN TESIS / DISERTASI*

No.	Tanggal Konsultasi	Materi Pembimbing / Promotor*	Pembimbing / Promotor	Keterangan
1.	22/04/23	Penelitian tentang pengaruh penemuan penemuan kritik atau tinjauan kritis terhadap masalah penelitian yang ada pada penelitian penulisan karya ilmiah penyusunan laporan penelitian suskerta Riau	M	State Islamic University of Riau
2.	27/7/23	Revisi Kusoner, Indikator Variables Penyesan, dan Bab 3	M	
3.	28/7/23	Uraian Kusoner berdasarkan indikator, dan Pemahaman Kusoner.	M	
4.	24/8/23 30/8	Revisi Bab 4, hasil Penelitian, Kusoner dan Pendisa	M	
5.	1/9/23	Bab VI, 5. Revisi Saran, Karakteristik Responden, Hasil anket	M	
6.	2/10/23	Revisi penulisan & Acc	M	

Catatan :
*Coret yang tidak perlu
Pekanbaru, 2 Oktober2023
Pembimbing I / Promotor*

KONTROL KONSULTASI BIMBINGAN TESIS / DISERTASI*

No.	Tanggal Konsultasi	Materi Pembimbing / Promotor*	Pembimbing / Promotor	Keterangan
1.	17/04/23	Uraian Variabel & fy Uff & teliti & Survei Kusoner	M	Hak cipta UIN Suska Riau
2.	1/8/23	Revisi Latar belakang, Revisi Kusoner, Pendisa	M	
3.	30/8	Revisi Kusoner, Bab 3, Pendisa, & Kusoner,	M	
4.	4/9/23	Revisi dari Kusoner Bab 4, hasil Penelitian karakteristik responden	M	
5.	18/5/23	Revisi Bab 1, 2, 3, 4, 5 Pendisa. Hasil Anket, dan Saran	M	
6.	3/10/23	Acc. Uraian	M	

Catatan :
*Coret yang tidak perlu
Pekanbaru, 2 Oktober2023
Pembimbing II / Co Promotor*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan tindakan yang sama tanpa izin UIN Suska Riau.
 2. Dilarang menggunakan kembali atau sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


NAMA :
 NIM :
 PROGRAM STUDI :
 KONSENTRASI :

© **KARTU KONTROL MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL / TESIS / DISERTASI**
PASCASARJANA UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU

: Emilia Hasanah
 : 22190323746
 : EKONOMI SYARIAH
 :

NO	HARI/TGL	JUDUL PROPOSAL / TESIS / DISERTASI	PESERTA UJIAN	PARAF SEKRETARIS
1	Senin 17/09/23	Pengaruh label halal, persepsi harga, dan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian kopi di kedai kopi bengkalis Pekanbaru	M. Faisal	f
2				
3	Senin 17/09/23	Analisis Pengetahuan Zakat, Infak dan Sedekah di Bazar kota Pekanbaru	Riski Wahjudi	f
4				
5	10/07/2023	Strategi Promosi Produk Murabahah Emas pada Koperasi Konsumen Syariah menggunakan metode SWOT (Studi kasus pada Koperasi Prama Husada barokah kabupaten Kampar).	Istikandar	f
6				
7				
8	10/07/2023	Pengaruh Zakat Produktif dan Zakat Konsumtif Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Para Mustahik di kawasan kota Pekanbaru Riau	Anggela Septiani	f
9				
10				

Pekanbaru, 2023
 Ka. Prodi,

Z.N

Dr. Trian Zuhadi, SE, M. Ec
 NIP.19760211 200710 1 002

NB 1. Kartu ini dibawa setiap kali mengikuti ujian.
 2. Setiap mahasiswa wajib menghadiri minimal 5 kali seminar proposal, tesis dan disertasi
 3. Sebagai syarat ujian Proposal, tesis dan Disertasi

Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau