

**PENGARUH KANTIN KEJUJURAN TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN DENGAN PEMBELAJARAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Study Kasus : Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang)**

SKRIPSI



Oleh

ANA LUMHATUL FAUZIYAH

NIM : 16510061

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2020

**PENGARUH KANTIN KEJUJURAN TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN DENGAN PEMBELAJARAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Study Kasus : Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh

ANA LUMHATUL FAUZIYAH

NIM : 16510061

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2020

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KANTIN KEJUJURAN TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN DENGAN PEMBELAJARAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Study Kasus : Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang)

SKRIPSI

Oleh :

ANA LUMHATUL FAUZIYAH
NIM: 16510061

Telah disetujui, 05 Juni 2020

Dosen Pembimbing,

Dr. H. Masyhuri, Ir., MP
NIDN: 0725066501

Mengetahui:
Ketua Jurusan,

Drs. Agus Sucipto, MM., CRA.
NIP: 196708162003121001

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KANTIN KEJUJURAN TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN DENGAN PEMBELAJARAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Study Kasus : Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang)

Oleh
ANA LUMHATUL FAUZIYAH
NIM : 16510061

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
pada tanggal 23 April 2020

Susunan Dewan Penguji,	Tanda Tangan
1. Ketua <u>M. Fatkhurrozi, SE., MM</u> : () NIP 1974601182009011003	
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris <u>Dr. Ir. H. Masyhuri, MP</u> : () NIDN 0725066501	
3. Penguji Utama <u>Irmayanti Hasan ST., MM</u> : () NIP 1977050600312 2 0011	

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,

Drs. Agus Sucipto, MM
NIP 196708162003121001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ana Lumhatul Fauziyah
NIM : 16520031
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH KANTIN KEJUJURAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN DENGAN PEMBELAJARAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Study Kasus : Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggungjawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 05 Juni 2020

Hormat saya,



Ana Lumhatul Fauziyah
NIM: 16510061

PERSEMBAHAN

Segala sesuatu akan terasa jika, disertai dengan usaha, kegagalan, dan mencoba serta disertai dengan perjuangan dan doa itulah hal yang patut kami nikmati. Untuk membuat sebuah karya tulis ini, penulis harus menyelesaikan beban SKS yang tidak cukup sedikit, sehingga membuat penulis bangga dengan apa yang telah penulis hasilkan walaupun hasil karya ini jauh dari kesempurnaan.

Sebagai ungkapan rasa syukur yang mendalam dan tak ternilai pada mereka yang telah mewarnai hidup ini jadi lebih bermakna, dengan rasa cinta, kupersembahkan karya kecil ini untuk mu..

Allah Robbi Izzah ya Allah ... mudah-mudahan engkau memberi keridhoan dan ampunan kepada hamba.

Romo, ummah dan nenek tercinta yang selalu memberi motivasi serta mendoakan kesuksesanku yang sampai kapanpun akan selalu terukir indah dalam relung hati yang paling dalam, dan menjadi pijakan dalam menempuh masa depan kelak, serta kakakku tercinta Akib Muhdlor S,Pd, Mohammad Zidni Nuron Ala, dan Ana Ni'matur Rosyidah S,E dan Keponkanku tersayang Muhammad Hafadz Raffi Rabbani Muhdlor yang selalu kubanggakan dan kurindukan, buatlah romo dan ummah selalu tersenyum bangga atas apa yang diraih. Semua kakak dan keponakan tersayang, yang selalu memberikan keceriaan, dorongan, semangat dalam menghadapi segala sesuatu, dengan kasih sayangnya yang tiada pernah surut.

Seluruh dosen fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, tanpa beliau-beliau semua, penulis tidak mampu untuk menyelesaikan karya kecil ini. Semoga dengan ilmu yang telah diberikan kepada penulis, penulis dapat memanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Untuk seseorang yang benar-benar berarti dalam hidup penulis setelah orang tua dan saudara, dialah orang yang membantu penulis mengenal kehidupan yang sungguh amat berarti.

Teman-temanku di Fakultas Ekonomi, yang saling mendoakan dan memberi semangat agar terselesaikannya karya kecil ini.
Kawan-kawan seperjuangan di Lembaga Tinggi Pesantren Luhur Malang. Teman terimakasih atas doa dan dorongan serta dukungan kalian semua, semoga mendapat imbalan yang lebih dari Allah SWT, Amin Ya Rabbalalamin.

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(al-Insyirah Ayat 6)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Kantin Kejujuran Terhadap Perilaku Pembelian dengan Pembelajaran Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Study Kasus: Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang)”.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni *Ad-Dinul Islam*.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Nur Asnawi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Drs. Agus Sucipto, M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. H. Masyhuri, Ir., MP selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya skripsi
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
6. Bapak dan ibu (Imam Syafi'i Q.H dan Harlikatun Nikmah) tercinta, Nenek tercinta (Sri banun), Kakak-kakak tercinta (Akib Muhdlor S,Pd, Mohammad Zidni Nuron Ala, dan Ana Ni'matur Rosyidah S,E) Serta keponakan kecil (Muhammad Hafadz Raffi Rabbani Muhdlor) yang tiada henti-hentinya memberikan dorongan, motivasi, doa, serta pengorbanan

kalian sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik, terima kasih semuanya, penulis bangga pada kalian semua.

7. Prof Dr. Kyai H. Ahmad Mudlor S.H, dan Ibu Nyai Hj. Utin Nurul Hidayati dan Gus Muhammad Danial Farafish, SH., S.Hum., M.Ag selaku pengasuh Pondok Lembaga Tinggi Pesantren Luhur Malang yang menjaga, dan mengasuh, dan mendidik santrinya yang beliau anggap seperti berlian yang harus dijaga.
8. Dan buat seseorang, pelita hidupku yang telah menjadi sahabat, saudara, kekasih bahkan orang tua kedua, yang telah menjadikan penulis orang yang tegar, kuat, berani, serta dewasa dan juga memberi support, motivasi, wejangan untuk segera menyelesaikan penulisan ini dengan cepat.
9. Buat teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi angkatan 2016, yang tak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang dengan ikhlas menyayangi dan membantu penulis.
10. Buat teman terdekat (Khoifah Inda Maula dan Ghaytsa Zahara Faradisa) yang senantiasa membantu dan mensupport penulis.
11. Buat teman-teman pondok Fiisabilillah (Ani Hardiyanti Attamami, Andrik Amilatul Latifa, Umma Nur Fadhilatul Jannah, Qorirotu ‘aini, Siti Asyih Indi Tsanaya, Lia Syafiun Nada) Blok B atas khususnya Daryn Tansyah Muhitta selaku adek kamar B7, Azka, Blok C, Blok F yang selalu mendoakan, memberi support dan motivasi bagi penulis.
12. Buat teman-teman angkatan 2017 pesantren luhur Malang NAJAAH (*Nahnu Jamiyyah Sab'ata Asyara*) yang selalu mendoakan, memberi support dan motivasi bagi penulis.
13. Buat teman-teman santriwan santriwati Lembaga Tinggi Pesantren Luhur Malang (LTPLM) yang senantiasa mendukung dan memberi doa bagi penulis
14. Kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan

kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Rabbal'alamin...

Malang, 02 Juni 2020

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab)	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teori	15
2.2.1 Pengelolaan Omset Penjualan.....	15
2.2.2 Kantin Kejujuran.....	20
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	22
2.2.4 Pembelajaran Konsumen	25
2.3 Kerangka Berfikir	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	35

4.1.3 Analisis Data Kuantitatif	62
4.1.3.1 Uji Validitas	62
4.1.3.2 Uji Reliabilitas.....	64
4.1.3.3 Analisis Deskriptif.....	65
4.1.3.4 Uji Normalitas	69
4.1.3.5 Uji Heteroskedasitisitas	70
4.1.3.6 Uji Multikolinieritas	71
4.1.3.7 Uji Simultan (F).....	73
4.1.3.8 Uji Moderated Regression Analysis (MRA)	74
4.2 Pembahasan.....	80
4.2.1 Analisis data Kualitatif	80
4.2.1.1 Data Informan Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang	81
4.2.1.2 Strategi Pengelolaan Omset Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang	86
4.2.2 Analisis Kuantitatif	91
4.2.2.1 Pengaruh Kantin Kejujuran Terhadap Perilaku Pembelian	91
4.2.2.2 Pengaruh Variabel Kantin Kejujuran terhadap Variabel Perilaku Pembelian dengan Pembelajaran Konsumen Sebagai Variabel Moderasi	92
BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	101

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.3 Skor Penelitian Skala Likert	43
Tabel 4.1 Fakultas dan Program Study	56
Tabel 4.2 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Hasil Responden Berdasarkan Umur	60
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran	62
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Deskriptif	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (F)	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75
Tabel 4.15 Model Sumary X1 terhadap Y	77
Tabel 4.16 Model Sumary X1, Y, Z	78
Tabel 4.15 Model Sumary X2 terhadap Y	78
Tabel 4.16 Model Sumary X2, Y, Z	79
Tabel 4.15 Model Sumary X3 terhadap Y	80
Tabel 4.16 Model Sumary X3, Y, Z	80
Tabel 4.15 Model Sumary X4 terhadap Y	81
Tabel 4.16 Model Sumary X4, Y, Z	81

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Perilaku Konsumen	25
2.2 Kerangka Berfikir	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata

Lampiran 2: Kuesioner

Lampiran 3: Hasil Kuesioner

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 5: Hasil Uji Asumsi Klasik dan Analisis Linear Berganda

Lampiran 6: Analisis Hipotesis

Lampiran 7: Teknik Pengumpulan Data

Lampiran 8: Pertanyaan Wawancara

Lampiran 9: Bukti Konsultasi

Lampiran 10: Dokumentasi Foto Penyebaran Kuesioner

Lampiran 11: Dokumentasi Foto Wawancara

Lampiran 12: Surat Keterangan Bebas Plagiarisme

ABSTRAK

Ana Lumhatul Fauziyah. 2020, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Kantin Kejujuran terhadap Perilaku Pembelian dengan Pembelajaran Konsumen sebagai Variabel Moderasi (Study Kasus: Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang)”.

Pembimbing: Dr. H. Masyhuri.Ir.,Mp

Kata Kunci: Kantin Kejujuran, Perilaku Pembelian, Pembelajaran Konsumen

Dampak globalisasi saat ini masyarakat Indonesia melupakan pendidikan karakter. Dalam hal ini, pendidikan karakter sangat penting. Kantin kejujuran salah satu program pemerintah dalam hal melatih dan menanamkan sifat kejujuran bagi generasi muda. Dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh Kejujuran dalam melakukan pembelian. Dari latar belakang itulah penelitian ini dilakukan dengan judul “Pengaruh Kantin Kejujuran terhadap Perilaku Pembelian dengan Pembelajaran Konsumen sebagai Variabel Moderasi (Study Kasus: Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang)”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*Mix Method*) dengan desain penelitian deskriptif. Pada subyek penelitian kualitatif ini memiliki 5 informan. Sedangkan pada penelitian kuantitatif memiliki subyek 157 responden dengan menggunakan analisis data Linear Berganda. Analisis data Kualitatif untuk melihat strategi pengelolaan kantin kejujuran, sedangkan analisis data kuantitatif digunakan untuk melihat perilaku pembelian saat ini.

Hasil penelitian kualitatif dalam pengelolaan omset kantin kejujuran yang dilakukan yaitu dengan melihat makna, alasan, motivasi dan resiko yang ada pada kantin kejujuran. Resiko yang dialami: (1) Resiko ketidakjujuran (2) Resiko salah menempatkan uang (3) Resiko hutang. Sedangkan pada analisis data kuantitatif ini menunjukkan bahwa produk berpengaruh simultan terhadap perilaku pembelian. Pada uji moderating berpengaruh kuat terhadap variabel dependen.

ABSTRACT

Fauziyah, Ana Lumhatul. 2020, *Thesis*. Title: "*The Effect of Honesty Canteen on Purchasing Behavior with Consumer Learning as Moderation Variables (Case Study: Honesty Canteen of Islamic University of Malang)*".

Supervisor: Dr. H. Masyhuri.Ir., Mp

Keywords: *Honesty Canteen, Purchasing Behavior, Consumer Learning*

The impact of globalization today is that Indonesian people forget about character education. In this case, character education is very important. Honesty canteen is one of the government programs in terms of training and instilling honesty for the younger generation. From this study aims to determine how much influence Honesty makes in purchases. From this background, this research was conducted with the title "The Effect of Honesty Canteen on Purchasing Behavior with Consumer Learning as a Moderation Variable (Case Study: Honesty Canteen of Islamic University of Malang)".

This study uses a qualitative and quantitative approach (Mix Method) with a descriptive research design. This qualitative research subject has 5 informants. Whereas quantitative research had 157 respondents using Multiple Linear data analysis. Qualitative data analysis to see honesty canteen management strategies, while quantitative data analysis is used to look at current buying behavior.

The results of qualitative research in managing honesty canteen turnover is done by looking at the meaning, reasons, motivations and risks that exist in the honesty canteen. Risks experienced: (1) Risks of dishonesty (2) Risks of misplacing money (3) Risks of debt. Whereas this quantitative data analysis shows that the product has a simultaneous effect on purchasing behavior. The moderating test has a strong effect on the dependent variable.

مستخلص البحث

الفوزية, أنا لمحّة. 2020 ، " تأثير مقصف الصدق على سلوك الشراء مع تعلم المستهلك كالمتغير المعتدل (دراسة حالة: مقصف الصدق من الجامعة الإسلامية في مالانج) .."

المشرف: الدكتور الحاج مشهوري، الماجستير

الكلمات الرئيسية: مقصف الصدق ، سلوك الشراء ، تعلم المستهلك

من أثر العولمة اليوم في الأندونيسيين تعليم الشخصيات. تعليم الشخصية مهم جدا في هذه الحالة. مقصف الصدق هو أحد البرامج الحكومية لتدريب وغرس الصدق للمراهقين. تهدف هذه البحث لمعرفة تأثير الصدق في المعاملة. من هذه الخلفية، تم إجراء هذا البحث بعنوان "تأثير مقصف الصدق على سلوك الشراء مع تعلم المستهلك كالمتغير المعتدل (دراسة حالة: مقصف الصدق من الجامعة الإسلامية في مالانج)".

تستخدم هذه الدراسة منهجًا نوعيًا وكميًا (*Mix Method*) مع تصميم البحث الوصفي. يحتوي هذا الموضوع البحثي النوعي على خمس مخبرين. أما في البحث الكمي 157 مستجيبًا يستخدمون تحليل البيانات الخطية المتعددة. تحليل البيانات النوعية لرؤية استراتيجيات إدارة مقصف الصدق، واستخدام تحليل البيانات الكمية للنظر في سلوك الشراء الحالي.

أما نتائج البحث النوعي في إدارة المعدل علنادارة مقصف الصدق هو النظر في المعنى والسبب والدافع والمخاطر الموجودة في مقصف الصدق. مخاطره: (1) مخاطر عدم الصدق (2) مخاطر وضع الأموال في غير موضعها (3) مخاطر الديون. أما في تحليل البيانات الكمية أن المنتج له تأثير متزامن على سلوك الشراء. اختبار التعديل له تأثير قوي على المتغير التابع

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada masa moderen saat ini, Indonesia merupakan negara yang mayoritas orang muslim, namun masyarakat masih banyak yang lupa terkait masalah pendidikan karakter, maka dalam hal itu Indonesia belum mampu menerapkan pendidikan sesuai apa yang diharapkan. Usaha pemerintah dan sekolah saat ini yang menerapkan terkait pendidikan korupsi, dengan tujuan menanamkan nilai kejujuran dan tanggung jawab dirinya sendiri maupun orang lain. Pendidikan karakter hal yang harus ditanamkan dalam hati agar tidak terjadi atas apa yang tidak diharapkan.

Di Indonesia masih cukup banyak terkait kasus yang kurang baik yaitu anak membunuh orang tua, murid memukul gurunya, tawuran dan lain sebagainya. Dalam melaksanakan pendidikan karkter ini memang cukup sulit karena berhubungan dengan kepribadian manusia. Dimana peserta didik tersebut hendaknya menanamkan sifat jujur dalam hatinya. Jujur sendiri merupakan sifat atau perilaku dimana antara ucapan dan perilaku itu sama atau konsisten.

Pemerintah sudah melakukan berbagai cara dan inovasi dalam membangun akhlak namun belum membuahkan hasil sampai saat ini. Pada tahun 2008 KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) mengadakan program “Kantin Kejujuran” bagi generasi muda untuk memberikan pendidikan terkait kejujuran yang diawasi oleh Kementrian Pendidikan Nasional dalam rangka mendukung program pendidikan karakter.

Menurut Muhammad kosim (2013) dalam atyka (2016) Kantin kejujuran adalah tempat yang menjual makanan kecil dan minuman yang berada di sekolah dan tidak memiliki penjual ataupun penjaga. Barang dagangan diletakkan pada *box* yang berjejeran dan berisikan wadah pembayaran didalamnya. Apabila terdapat uang kembalian, maka pembeli menghitung dan melayani dirinya sendiri dengan cara mengambil kembalian di dalam kotak.

Pada tanggal 9 Desember Kantin kejujuran mulai diadakan oleh komisi pemberantasan korupsi (KPK) dalam rangka memperingati hari korupsi. Salah satu motto yang ditanamkan di kantin kejujuran adalah Allah Melihat Malaikat Mencatat. Tujuan adanya kantin kejujuran adalah untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab, kemandirian, keadilan peserta didik melalui praktik pendidikan dilingkungan sekolah (Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Tengah, 2010).

Kantin kejujuran biasa kita temui di sekolah dengan tujuan melatih kejujuran para siswanya. Banyak sekolah yang telah menerapkan kantin kejujuran baik tingkat SD,SMP,SMA, bahkan Perguruan Tinggi dan Kantor Kejaksaan. Salah satunya dalam penelitian Yuliati yaitu SDN Punggungrejo 04 Kepanjen Malang. SDN Punggungrejo 04 Kepanjen Malang menerapkan kantin kejujuran dengan upaya untuk menumbuhkan karakter yang baik, yaitu membentuk perilaku jujur dan menumbuhkan jiwa kreatif dan *enterpreneurship*. Barang dagangan tersebut diletakkan di meja kelas.

Dalam pengelolaan kantin kejujuran pada SDN Punggungrejo 04 Kepanjen Malang, siswa yang mempersiapkan barang dagangan di meja setiap kelas dan

mencatat jumlah barang dagangan, dan menyiapkan kotak khusus untuk meletakkan uang pembayaran dengan tujuan untuk mempermudah evaluasi.

Penelitian Nuriani Laura adalah SMP Keluarga Kudus, kantin kejujuran sudah berdiri kurang lebih tujuh tahun. Kantin kejujuran di SMP Keluarga Kudus ini dikelola langsung oleh guru yang sudah ditunjuk oleh pihak sekolah. Dalam transaksinya hampir sama dengan SDN Punggungrejo 04 Kepanjen Malang yaitu mencatat transaksinya dalam buku kejadian. Yang membedakan dalam penelitian ini adalah hukuman siswa apabila ada yang berbuat tidak jujur. Sebelumnya guru memberikan sosialisasi ketika guru mengajar mata pelajaran anti korupsi. dan menjelaskan mengenai pentingnya kejujuran dalam melakukan kehidupan khususnya dalam jual beli. Hal lain yang dilakukan guru adalah dengan cara mengumumkan ketika upacara bahwa sudah terjadi ketidakjujuran di kantin kejujuran.

Kantin kejujuran bukan hanya diadakan di sekolah saja, melainkan pada Kantor Kejaksaan Jakarta Selatan juga sudah menerapkan. Kantin Kejujuran berdiri pada bulan November 2008 dengan upaya menumbuhkan kualitas SDM pada lingkungan kerja dan menerapkan visi misi kantor.

Pada Minggu 30 Mei 2017 kantin kejujuran juga diterapkan di Kejaksaan Negeri Aceh Selatan dan pertama diresmikan. Tujuannya sama dengan dengan kantor kejaksaan yang lain. Program kantin kejujuran ini di sahkan langsung oleh Kejari Aceh Selatan (Bapak Munif. SH.,MH) dan dikelola oleh pengurus beserta anggota IAD daerah Aceh Selatan. Program kantin kejujuran ini bertujuan untuk

memberi contoh kepada masyarakat umum dan rencananya juga akan dibuka di intansi-intansi pemerintah di Kabupaten Aceh Selatan.

Bukan hanya di Kejari Jakarta Selatan dan Kejari Aceh Selatan, kantin kejujuran juga terdapat di kantor Kejari Selemang, Kejari Wonogiri, Kejari Denpasar dan Kejari Cirebon. Tetapi kantin kejujuran yang mengalami perbedaan di Kejari Denpasar Cirebon karena belum berjalan seperti biasanya, kantin kejujuran di Kejari Cirebon dan Denpasar mengalami kerugian karena kurang baik dalam pengelolaan dan banyak pembeli yang tidak jujur.

Pada era globalisasi saat ini, sudah semakin banyak wirausaha di kota besar Jawa Timur, khususnya di kota Malang. Malang merupakan kota pendidikan yang memiliki banyak universitas, baik Universitas Negeri maupun swasta. Kampus yang berada di Malang salah satunya Universitas swasta di Malang yaitu Universitas Islam Malang (UNISMA). UNISMA merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa yang menyediakan fasilitas sebagai bentuk dukungan terhadap terlaksananya proses layanan akademik. Bentuk nyata fasilitas dalam kampus ini adalah adanya kantin kejujuran. Kampus yang menerapkan kantin kejujuran juga sangat banyak, hal yang membedakan antara kantin kejujuran di UNISMA dengan kampus lainnya yaitu dalam segi hal fasilitas dan adanya lembaga yang menaungi yaitu P2KIP (Pusat Pengembangan Kewirausahaan Inkubator bisnis). Sedangkan pada kampus lain hanya menaruh barang ditempat terbuka dan banyak di jangkau mahasiswa.

Kantin kejujuran UNISMA di kelola langsung oleh mahasiswa sebagai upaya menumbuhkan sikap jujur, bertanggung jawab dan untuk mendapatkan keuntungan.

Dagangan yang dijual kantin kejujuran UNISMA berupa makanan ringan, makanan dan minuman. Transaksi yang digunakan adalah *Self service* artinya dalam proses pembelannya, pembeli melayani dirinya sendiri. Barang dagangan kantin kejujuran diletakkan dalam kotak yang bersih dan tertutup, kemudian diletakkan di gedung B, C, D, E dan Gedung F khususnya untuk aktivitas perkuliahan. Dengan desain etalase sebagai tempat penyimpanan barang dagangan yang diletakkan pada tempat terbuka dan sering dijangkau oleh mahasiswa.

Kejujuran merupakan pedoman hidup bagi setiap umat muslim, hendaknya setiap berbuat manusia selalu menanamkan sifat jujur dalam hatinya karena Allah maha melihat atas apa yang kita lakukan. Kejujuran dalam bisnis di tekankan untuk penjual dan pembeli, dalam kantin kejujuran yang terpenting adalah pribadi manusia untuk berbuat jujur karena berkembangnya usaha tersebut tergantung pada kejujuran.

Menurut Aziz (2014) prinsip etika bisnis memiliki lima prinsip, diantaranya yaitu kebenaran, baik dalam kebijakan maupun kejujuran. Menurut Samani dan Hariyanto (2012) menyatakan bahwa jujur merupakan konsistensi antara perkataan dan perbuatan dan dapat dipercaya sehingga tidak terjadi kecurangan. Dari definisi yang tersebut dapat disimpulkan bahwasanya jujur berarti adanya kesesuaian antara perkataan dan perilaku baik terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain.

Nabi Muhammad SAW telah mengajarkan mengenai hal kejujuran, kebenaran, kecerdasan, bahkan ketebukaan dalam berkata maupun berbuat kepada seluruh umatnya. Hal ini di Indikasi pada kantin kejujuran di UNISMA, yang terkadang perolehan uang dalam kotak tidak sesuai dengan barang yang habis, hanya saja ketika tidak ada penjaga tidak ada tulisan, hanya terdapat tulisan bahwa CCT yang paling cangguh adalah CCT dari Allah SWT. Dengan Surat al-Baqarah ayat 77 yang isinya *‘tidakkah mereka mengetahui bahwa Allah mengetahui segala yang mereka sembunyikan dan segala yang mereka nyatakan?’*. Pada kantin kejujuran di Universitas Islam Malang ini juga memiliki permasalahan dalam pengelolaan kantin yang belum maksimal sehingga memerlukan manajemen pengelolaan kantin yang lebih maksimal.

Dengan melihat permasalahan pada kantin kejujuran di Universitas Islam Malang ini, maka hal itu mendorong peneliti untuk melakukan penelitian terhadap kantin kejujuran di kampus. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis berkeinginan untuk meneliti permasalahan yang berjudul “PENGARUH KANTIN KEJUJURAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN DENGAN PEMBELAJARAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Study Kasus: Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- a). Bagaimana pengelolaan Kantin Kejujuran di Universitas Islam Malang?

b). Bagaimana pengaruh kantin kejujuran terhadap perilaku pembelian dengan pembelajaran konsumen sebagai variabel moderasi di kantin kejujuran Universitas Islam Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a). Mengetahui bagaimana pengelolaan kantin kejujuran di Universitas Islam Malang.
- b). Mengetahui pengaruh kantin kejujuran terhadap perilaku pembelian di Universitas Islam Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a). Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan, serta bahan dalam penerapan ilmu metode penelitian. Selain itu, dapat dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

- b). Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

Untuk menambah wawasan berpikir kritis dan sistematis dalam menghadapi masalah yang terjadi dan sebagai alat dalam mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh selama kuliah.

2. Bagi Mahasiswa

Untuk memberika pemahaman kepada mahasiswa yang sedang berada didalam sebuah era milenial seperti saat ini, untuk dijadikan bahan pertimbangan mahasiswa untuk mengambil tindakan dalam melakukan sesuatu.

3. Bagi Akademik

Sebagai tambahan literatur pustaka di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk studi banding bagi mahasiswa yang mengambil penelitian mengenai permasalahan yang sama.

4. Bagi Lembaga

Sebagai bahan evaluasi untuk dapat mempertahankan atau meningkatkan apa yang saat ini sudah dicapai.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini bertujuan sebagai pedoman dalam memperkaya teori dalam mengkaji dan menambah wawasan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama melainkan hanya memiliki kesamaan beberapa variabel untuk referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu penelitian ini:

Tabel 2.1
Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul	Metode Analisis	Hasil
1	Pengaruh Pelaksanaan Kantin Kejujuran dalam Membentuk Akhlak Siswa di SDN 114 Palembang, 2016.	Metode Kuantitatif	Penerapan kantin kejujuran di sekolah ini berpengaruh terhadap membentuk akhlak siswa, dan merupakan sarana pendidikan dalam menanamkan nilai kebaikan yaitu akhlak peserta didik.
2	Jual Beli Pada Kantin Kejujuran dalam Prespektif Ekonomi Islam (Study Kasus di STAIN Jurio Siswo	Kualitatif	Praktik jual beli pada kantin jujur boleh dilakukan karena walaupun tidak menghadirkan penjual tetapi sudah jelas harga yang

	Metro), 2016.		diberikan dan tempat uang yang disediakan dan para mahasiswa/i yang membeli rela atau ridho dalam membeli tidak keberatan walaupun tidak ada penjual.
3	Analisa Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha Untuk peningkatan Implementasi Pendidikan Antikorupsi Melalui Kantin Kejujuran di SMP Negeri Galur, 2018.	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> • Perencanaan Perencanaan kantin sudah sesuai hanya saja pembentukan pengurus belum tersusun dengan sistematis, dan program kerja belum ada dan tidak jelas • Pelaksanaan <ul style="list-style-type: none"> - mekanisme pelaksanaan kantin - Manajemen pengelolaan - Perkembangan karakter siswa - Partisipasi warga sekolah • Evaluasi

			<p>Dimulai dari pengelolaan, pengumpulan data berupa hasil pemasukan dan pengeluaran kantin kejujuran, kemudian data dikelola dan dianalisis dan dilaporkan kepada kepala sekolah yang ditindak lanjuti terkait kantin kejujuran selanjutnya.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faktor Pendukung <ul style="list-style-type: none"> - Adanya jadwal piket kantin kejujuran - Adanya PKK - Sarana Prasarana yang memadai • Faktor Penghambat <ul style="list-style-type: none"> - Manajemen pengelolaan - Keterlambatan penerimaan barang
4	Implementasi Kantin Kejujuran dalam Upaya Menanamkan Sikap Jujur	Kualitatif	Dalam pengelolaan kantin kejujuran di SMKN 1 Salatiga ini menggunakan

	<p>dan Tanggung Jawab Siswa SMKN 1 Salatiga Tahun 2017/2018 (2018).</p>		<p>proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengevaluasian.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dan mengetahui kelebihan dan kelemahan kantin. - Mengetahui Problematika terkait kantin kejujuran SMKN 1 Salatiga.
5	<p>Kantin Kejujuran Sebagai Sarana Pembinaan Akhlak Siswa MI Setia Bhakti Desa Tamiajeng Kec. Trawas Kab. Mojokerto (2016).</p>	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Dalam penanaman akhlak sejak dini, diperlukan sarana dan media yang tepat dalam rangka mentransformasi anak didik yaitu dengan adanya kantin kejujuran. - Perananan kantin kejujuran dirasa cukup memuaskan karena prosentase pemasukan hampir 100% dari pemasukan yang kesehariannya masuk.
6	<p>Strategi Usaha Kantin</p>	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Motivasi penjual pada

	Kejujuran Mahasiswa UIN Walisongo Semarang (2018).		<p>kantin kejujuran adalah karena kebutuhan ekonomi dan dalam kantin kejujuran merupakan usaha yang bermodal kecil dan tidak di tunggu</p> <p>Resiko yang ditanggung: Resiko ketidakjujuran, resiko pencurian kerusakan dan salah menempatkan uang.</p>
7	Implementasi Pendidikan Antikorupsi Melalui Warung Kejujuran di SMP Keluarga Kudus, 2014.	Metode Kualitatif	<p>Penerapan pendidikan di SMP Keluarga lebih menekankan pada kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari yaitu kejujuran, tanggung jawab, keberanian, keadilan sebagai alternatif warung kejujuran. Mengadakan warung kejujuran merupakan penerapan antikorupsi disekolah yang</p>

			<p>pertama kali di kabupaten Kudus, dan bisa berlangsung hingga tahun ke tujuh. Banyak hambatan-hambatan dalam implementasi ini, dan para guru sebaiknya segera menangani hambatan ini.</p>
--	--	--	---

Sumber: Data diolah dari peneliti, 2019

Dengan melihat tabel yang tersebut, dapat dilihat terkait persamaan dan perbedaannya. Adapun persamaan pada penelitian adalah pembahasan kejujuran dan objeknya.

Sedangkan yang membedakan antara peneliti terbaru dan penelitian terdahulu adalah bentuk implementasi dan tujuan yang diteliti serta hal-hal yang terkait didalamnya. Peneliti sekarang menggunakan teknik atau cara yang berbeda yaitu melihat pengaruh kantin kejujuran terhadap perilaku pembelian dengan pembelajaran sebagai variabel moderasi (Study Kasus: Kantin Kejujuran UNISMA).

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Pengelolaan Omset Penjualan

A. Pengelolaan

Menurut Adisasmita (2011) pengelolaan atau sering disebut manajer tidak hanya melakukan kegiatan saja, melainkan sebuah melaksanakan terkait fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pelaksanaan, pengawasan untuk mencapai tujuan agar berhasil sesuai dengan tujuan. Jadi pengelolaan merupakan rangkaian dalam mengatur dan mengurus suatu kegiatan yang meliputi fungsi manajemen untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan yang dikemukakan oleh Adisasmita pengelolaan meliputi fungsi manajemen, maka peneliti mengambil pandangan dari Robbins (2007) yang merumuskan fungsi-fungsi manajemen terdiri dari:

1. Perencanaan

Perencanaan adalah proses dalam merumuskan sasaran, menciptakan strategi untuk mencapai tujuan, kemudian memberi arahan yang akan dituju. Perencanaan (*what*) (apa tujuan yang ingin dicapai), *how* (bagaimana cara yang digunakan untuk mencapai apa yang diinginkan), *why* (mengapa dengan demikian), *where* (di mana tempat kegiatan usaha yang dilakukan), *when* (kapan rencana itu dilakukan), dan *who* (siapa yang akan melakukan) (Robbins, 2007).

Jadi dapat disimpulkan bahwa perencanaan adalah persiapan matang dalam suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencapai suatu yang diinginkan pada masa mendatang.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah pengelompokan, penyusunan kegiatan, dan mengatur sumberdaya yang ada, dengan tujuan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan (Usman, 2010). Dari teori itu, pengorganisasian dapat diartikan sebagai suatu proses atau usaha dalam menyusun struktur organisasi, dimana setiap posisi jabatan ditempati oleh orang yang menguasai atau ahli dalam bidang tugas yang diharapkan.

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan adalah kegiatan manajer untuk mendorong orang lain untuk mencapai suatu yang diinginkan. Menurut Robbins (2007) pelaksanaan merupakan pekerjaan yang dilakukan manajer untuk membimbing dan mendorong seluruh pihak yang terlibat dalam menyelesaikan sebuah konflik. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan atau pergerakan merupakan proses dan upaya yang dilakukan untuk menggerakkan anggota dalam organisasi sehingga terjalin kerja sama yang baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

4. Pengawasan

Pengawasan adalah proses dalam menentukan apa yang ingin dicapai. Dengan demikian dapat diketahui bagaimana proses dalam melakukannya.

Munurut Usman (2010) pengawasan merupakan proses pemantauan terkait kemajuan dengan mengetahui apa yang harus dilakukan untuk selanjutnya. Tujuan pengendalian adalah agar sama antara perencanaan antara pelaksanaan.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat di simpulkan bahwa pengendalian merupakan proses mengetahui sejauh mana pelaksanaan terhadap apa yang sudah direncanaan, sehingga dapat diketahui kelemahan dan solusi yang harus dilakukan untuk mencapai apa yang diharapkan.

B. Omset Penjualan

1. Pengertian Omset Penjualan

Omzet merupakan jumlah total penjualan dari perusahaan dalam periode yang telah ditentukan dengan menggunakan dua faktor yaitu harga dan kuantitas dijual.

Menurut Chaniago (2002) dalam Rizal dkk. (2017) omset penjualan adalah semua pendapat dijumlah terkait hasil penjualan barang dan jasa dalam waktu yang ditentukan. Menurut Swastha (2005) dalam Rizal dkk. (2017) omset penjualan adalah Hasil pendapatan keseluruhan dalam penjualan baik dari produk barang ataupun jasa yang dihitung dalam kurun waktu yang telah ditentukan dalam proses akuntansi.

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa omset penjualan merupakan jumlah pendapatan keseluruhan dalam menjual barang

yang dihitung dalam waktu tertentu dalam proses akuntansi. Dalam mengelola usaha sangat ditekankan untuk meningkatkan omset penjualan untuk dalam setiap hari, bulan dan setiap tahunnya.

2. Aspek-aspek yang Mempengaruhi Kegiatan Omset Penjualan

Menurut As'ad (2000) dalam Rizal dkk. (2017) Pertumbuhan manusia dari setiap individu tidak sama karena terdapat perbedaan aspek yang mendasari, yaitu dalam aspek ekonomi, sosial, politik, kultural maupun sejarah. Swasta (2000) mengemukakan bahwa aspek yang mempengaruhi suatu kegiatan bisnis atau penjualan yaitu:

a) Keadaan dan Kesanggupan Penjual

Penjual harus mampu meyakinkan seorang pembeli agar bisa mencapai tujuan terhadap apa yang sudah diharapkan. Maka dalam hal itu penjual harus mengetahui terkait barang dan harga yang ditawarkan.

b) Keadaan Pasar

Pasar merupakan sasaran dalam penjualan karena dapat mempengaruhi suatu kegiatan dalam penjualan. Adapun aspek pasar yang perlu dipahami adalah jenis pasar, kebutuhan, kegiatan, keadaan pembeli,

c) Modal

Modal adalah pendukung untuk terlaksananya kegiatan penjualan.

d) Keadaan Perusahaan

Dalam perusahaan besar penjualan dipegang oleh ahli dalam bidang penjual, sedangkan dalam perusahaan kecil biasanya penjualan masih dipegang oleh orang yang melakukan tugas lain.

e) Aspek Lain

Adanya pemberian hadiah, discount dan lainnya.

3. Tujuan Penjualan

Menurut Swasta (2000) perusahaan pada umumnya penjualan memiliki tiga tujuan yaitu:

- a. Menambah volume penjualan
- b. Memperoleh laba
- c. Membantu pertumbuhan perusahaan

4. Aspek yang harus diketahui dalam mencapai tujuan dalam penjualan:

- a. Modal yang dibutuhkan
- b. Keahlian dalam merencanakan, membuat produk, menentukan harga, memilih penyaluran yang tepat, menggunakan cara yang tepat.

2.2.2 Kantin Kejujuran

A. Pengertian

Menurut Djalinus Syah (1993) Kantin merupakan tempat penjualan makanan dan minuman. Sedangkan Kantin menurut KBBI yaitu ruang penjual makanan dan minuman baik di sekolah, kampus, kantor, asrama dan lain sebagainya.

Dari pengertian itu dapat diketahui bahwasanya kantin merupakan ruangan untuk menjual barang dagangan di sekolah, maupun di kampus. Kantin Kejujuran merupakan tempat meningkatkan menumbuhkan perilaku keterbukaan, ketaatan, tanggung jawab. (Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Tengah, 2010).

Dari pengertian tersebut maka dapat diketahui bahwa kantin kejujuran merupakan tempat penjualan makanan dan minuman yang disediakan bagi warga sekolah. Pembeli melayani dirinya (*self-service system*) baik dalam pengembalian barang, membayar dan mengambil uang kembalian dalam kotak yang telah disediakan, tanpa ada petugas dan penjaga yang melayani.

B. Tujuan

Tujuan kantin kejujuran adalah untuk menanamkan nilai keterbukaan, ketaatan dan tanggung jawab pada diri siswa dalam melakukan pendidikan di lingkungan sekolah (Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Tengah, 2010). Berbeda dengan Kantin Kejujuran dalam

kampus yaitu dilaksanakan oleh mahasiswa dengan tujuan mendapatkan penghasilan dan keuntungan.

C. Dampak Kantin Kejujuran

Kantin kejujuran memiliki dampak menguntungkan dan merugikan, berikut ini adalah dampak yang menguntungkan dari kantin kejujuran yaitu:

1. Melatih kejujuran

Dalam pelaksanaan kantin kejujuran tidak ada orang mengawasi, kemungkinan peluang untuk berbuat ketidakjujuran sangat besar dengan masalah itu tujuan utama dalam kantin kejujuran yaitu melatih rasa kejujuran dan tanggung jawab.

2. Tidak membutuhkan tempat

Kantin kejujuran tidak ada tempat tersendiri karena biasanya hanya terdapat *box* yang berisi barang jualan dan kotak uang untuk pembayaran. Jadi barang jualan bisa ditempatkan dimana saja dengan syarat banyak dijangkau orang.

Sedangkan dampak yang merugikan dari kantin kejujuran yaitu:

- a). Keuntungan yang didapat kurang karena kantin kejujuran tidak ada yang menunggu.
- b). Pembeli yang tidak tidak bayar
- c). Banyak barang dagangan yang habis tapi tidak menerima pemasukan.

D. Indikator Kantin Kejujuran

Pada variabel kantin kejujuran ini peneliti menggunakan indikator sebagai tolak ukur yaitu, dengan melihat: (a) Fasilitas yang ada (b) Produk yang telah disediakan penjualan kantin kejujuran (c) Keputusan Pembelian adalah yang diharapkan dalam penjualan d) Omset merupakan pendapatan yang didapat penjual dalam melakukan usaha.

2.2.3 Perilaku Konsumen

A. Pengertian Perilaku Konsumen

Seorang pemasar sebaiknya memahami tentang perilaku konsumen mempelajari persepsi, preferensi, dan perilakunya dalam berbelanja. Adapun pengertian perilaku konsumen yang ungkapkan oleh beberapa ahli yaitu:

Menurut Schiffman, Kanuk dan Wisenblit (2010) menyatakan *consumer behavior as the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of product and service that they expect will satisfy their need.*

Sedangkan pengertian tersebut diperkuat Levy dan Wweltz yang dikutip oleh Christina Widia Utami (2010), yang mengemukakan bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwasanya perilaku konsumen merupakan proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tujuan pada outputnya adalah keputusan pembelian.

B. Aspek-aspek yang Mendorong Terjadinya Perilaku Konsumen

Terdapat empat yang dapat aspek yang dapat mendorong terjadinya perilaku konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk. Menurut Kotler dan Keller yang diungkapkan oleh Bob Sabrani (2012) aspek tersebut terdiri dari:

1. Aspek Budaya

- a. Budaya adalah yang mempengaruhi keinginan dan tindakan sangat mendasar.
- b. Sub budaya diantaranya yaitu kebangsaan, agama, kelompok, ras dan daerah geografis.
- c. Kelas Sosial merupakan kelompok masyarakat yang gaya hidupnya dalam menilai barang dengan tinggi, sedang, dan rendah.

2. Aspek Sosial

Aspek sosial yang dapat menyebabkan perilaku pembelian yaitu:

- a. Kelompok Referensi

Merupakan kelompok orang yang menyebabkan terjadinya perilaku pembelian baik secara langsung atau tidak langsung.

b. Keluarga

Keluarga merupakan hal yang paling utama yang dapat memberikan pengaruh atau dorongan dalam melakukan tindakan. Keluarga dibagi menjadi dua, yaitu keluarga orientasi dan keluarga.

c. Peran Sosial dan Status

Orang sudah banyaknya terlibat kelompok, keluarga club, dan organisasi. Orang dapat didefinisikan dari kelompok dan peranan status.

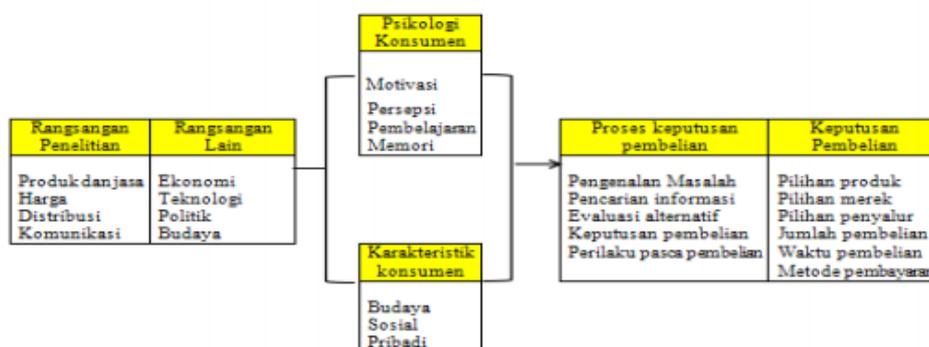
3. Aspek Pribadi

Aspek pribadi terdiri dari usia, tahapan dan kehidupan pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi dan lainnya.

C. Model Perilaku Konsumen

Dalam tindakan konsumen akan berakhir ketika dengan bagaimana melaksanakan strategi pemasaran yang dilakukan, dengan memahami tindakan konsumen dengan tujuan dalam memutuskan pembelian. Model perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller yang ungkapkan oleh Bob Abran (2012) yaitu:

Gambar 2.1
Model Perilaku Konsumen



Sumber: Kotler dan Keller yang di bahas oleh Bob Sabran (2012)

2.2.4 Pembelajaran Konsumen

A. Pengertian Pembelajaran Konsumen

Menurut Solomon dalam Sumarwan (2010) mendefinisikan bahwa belajar merupakan perubahan tidak yang diakibatkan oleh sebuah pengalaman. Menurut Sciffan dan Kanuk dalam Sumarwan (2010) dari perspektif pemasaran merupakan proses pembelajaran konsumen maksudnya proses dimana konsumen memperoleh pengetahuan dan pengalaman membeli sehingga pembelian akan terjadi lagi untuk waktu selanjutnya.

Dari teori tersebut dapat diketahui bahwa belajar adalah proses untuk mendapatkan pengetahuan, pengalaman, pengetahuan dan pengalaman yang mengakibatkan berubahnya sikap dan perilaku.

B. Pendekatan Pembelajaran Konsumen

Menurut Sciffan dan Kanuk dalam Sumarwan (2010) Pendekatan dalam pembelajaran terdapat 2 teori yaitu:

1. Teori Pembelajaran perilaku

Teori pembelajaran perilaku terjadi kepada seseorang terhadap kejadian pada diluar dirinya:

a. Classical Conditioning

Pada *Classical conditioning* ini mengacu pada pembelajaran dimana pemberian dorongan satu dengan dorongan yang lain yang menyebabkan respon tertentu.

b. Pengulangan

Pengulangan adalah proses dan mengungkapkan pesan kepada konsumen berulang kali.

c. Stimulus Generalization

Kemampuan seorang pembeli untuk melakukan dorongan yang relatif berbeda. Konsumen menerima motivasi yang berbeda-beda, dan mampu menggabungkan antara dorongan satu dengan dorongan yang lainnya.

d. Stimulus discrimination

Stimulus discrimination terjadi apabila dorongan sama antara dorongan yang dikondisikan tidak diikuti oleh dorongan tidak dikondisikan.

e. Instrumental conditioning

Dalam Instrumen *conditional* ini meprioritaskan kepuasan dalam menggunakan produk.

2. Teori Pembelajaran Kognitif

Proses dalam belajar ada 4 aspek, yaitu:

a. Motivasi

Dorongan orang yang berawal dari diri konsumen karena kebutuhan.

b. Isyarat

Dorongan yang mengarah pada motivasi. Isyarat akan mengakibatkan konsumen melakukan suatu inovasi. Jadi seorang pemasar perlu berhati-hati dalam memberikan dorongan agar tidak mengecewakan konsumen.

c. Respons

Respon adalah bagaimana seseorang berperilaku sebagai reaksi konsumen terhadap isyarat.

d. Pendorong dan Penguat

Proses yang berasal dari adanya isyarat dan dorongan.

2.2.5 Perspektif Islam Mengenai Kantin Kejujuran

A. Kantin Kejujuran dalam Perspektif Islam

Kantin Kejujuran merupakan tempat untuk meningkatkan sikap dan perilaku peserta didik terkait dalam hidup jujur, terbuka, dan tanggung jawab (Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Tengah, 2010).

Sebelum melakukan usaha, sebaiknya seorang pengusaha memperbaiki niatnya, dalam hal ini dikaitkan pada hadits Nabi Muhammad SAW, bersabda:

عَنْ عُمَرَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّةِ وَلِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَتَزَوَّجُهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

Dari Umar radhiyallahu ‘anhu, bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Amal itu tergantung niatnya, dan seseorang hanya mendapatkan sesuai niatnya. Barang siapa yang hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, dan barang siapa yang hijrahnya karena dunia atau karena wanita yang hendak dinikahinya, maka hijrahnya itu sesuai ke mana ia hijrah. (HR. bukhari Muslim dan empat imam ahli hadits).

Hadist tersebut menjelaskan terkait dengan niat, karena hal yang lebih utama di lakukan seorang pengusaha adalah niatnya, apabila niatnya baik maka balasannya juga kebaikan, begitupun sebaliknya. Kemudian Rasulullah SAW diperintahkan untuk memberikan tauladan yang baik terhadap umatnya. Hal ini berkaitan pada hadits berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ (رواه البيهقي)

Abu Hurairah r.a. meriwayatkan bahwa Rasulullah saw. Bersabda: Sesungguhnya aku diutus untuk menyempurnakan kemuliaan akhlak (HR. Imam Baihaqi).

Dari kedua hadits tersebut dapat disimpulkan bahwasanya sebelum memulai berbisnis hendaknya niat yang baik dan melakukan apa yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW.

Pada praktik kantin kejujuran tidak sama dengan muamalah pada umumnya yaitu saling bertemu sama lain antara penjual dan pembeli, sehingga kemungkinan kecil terjadinya ketidakjujuran. Pada Kantin Kejujuran ini, hal yang paling utama adalah kejujuran antara penjual dan pembeli, agar tidak terjadi kerugian antara salah satu pihak, karena pada dasarnya muamalah harus sama-sama ridho, baik antara penjual dan pembeli. Pada kitab *Ihya' Ulumuddin* dijelaskan bahwasanya:

فَالأَوَّلُ : عَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : « إِنَّ الصَّدَقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لِيَصْدُقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا ، وَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لِيَكْذِبُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا » متفقٌ عليه

Artinya: Pertama: Dari Ibnu Mas'ud R.A dari Nabi Muhammad SAW, sabdanya: "Sesungguhnya Kejujuran itu menunjukkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan itu menunjukkan ke surga dan sesungguhnya seseorang selalu berbuat jujur sehingga dicatatlah di sisi Allah sebagai seorang yang jujur. Dan sesungguhnya dusta itu menunjukkan kepada Kejahatan dan sesungguhnya Kejahatan itu menunjukkan kepada neraka dan sesungguhnya seseorang yang selalu berdusta maka dicatatlah di sisi Allah sebagai seorang yang pendusta." (Muttafaq 'alaih).

Pada hadist tersebut dapat disimpulkan bahwasanya, dalam bermuamalah hendaknya menerapkan kejujuran dalam hatinya baik antara penjual maupun pembeli.

B. Perspektif Islam Mengenai Perilaku Pembelian

1. Teori Konsumsi Islam

Dalam Pandangan Islam kegiatan ekonomi adalah anjuran Allah dalam bernilai beribadah. Perilaku ekonomi dalam prespektif Islam bertujuan untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri maupun keluarga. Dalam Islam merupakan agama yang *Rahmatal Lil'alamin* menjamin supaya terbagi secara benar dan tidak berlebihan, karena berlebihan dalam islam tidak baik dari yang awalnya halal akan menjadi haram. Dalam ekonomi Islam harus mampu menyeimbangkan antara manfaat didunia maupun diakhirat dalam mencapai ridha Allah SWT.

2. Prinsip Konsumen Islam

Prinsip dalam ekonomi Islam dapat diatur dalam empat hal:

a. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam mengonsumsi tidak boleh semena-semena dan harus dalam aturan agama dan tidak mengandung kedzoliman dan halal.

b. Prinsip Kebersihan

Prinsip kebersihan ini dalam arti tidak menjijikkan, ataupun mengandung penyakit yang bisa merusak fisik dan pikiran manusia.

c. Prinsip Tidak Berlebihan

Prinsip ini mengendalikan perilaku manusia agar tidak berlebihan, karena tindakan berlebihan cenderung menuruti hawa nafsu.

d. Prinsip Moralitas

Prinsip ini konsumen hendaknya merasakan atas adanya Allah SWT ketika hendak memenuhi keinginan dan kebutuhan, supaya tidak keluar dari peraturan agama.

Yusuf Qardhawi menyatakan bahwa terdapat 3 norma yang menjadi landasan dalam perilaku konsumen muslim yaitu:

- a. Menggunakan harta untuk kebaikan
- b. Tidak Melakukakan Kemubadziran
- c. Kesederhanaan

3. Etika Konsumsi Islam

Etika dalam konsumsi Islam harus mengrtahui yaitu:

- a. Barangnya baik dan halal ketika dikonsumsi

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ

لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan: karena syaitan itu musuh yang nyata baginya. (QS. Al-Baqarah 168)

Dalam Tafsir *Ayatul Ahkam* dijelaskan bahwa Allah memerintahkan untuk memakan segala apa saja yang dibumi, baik itu yang ada di darat, laut dan udara. Namun yang boleh

dimakan ialah yang *toyyib* (bagus, bergizi) baik itu binatang maupun tumbuh-tumbuhan, dikuatkan dalam tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwasanya *toyyib* adalah makanan yang sehat untuk tubuh dan tidak merusak badan maupun pikiran, dan makanan yang halal dibagi menjadi dua yaitu halal zatnya dan halal dalam cara mendapatkannya. Sebaliknya Allah SWT melarang hambanya agar tidak memakan makanan yang haram, baik dalam zatnya kecuali dalam keadaan terpaksa atau haram cara mendapatkannya. Dalam hal tersebut dapat disimpulkan bahwasanya sebagai umat muslim berikan yang terbaik dalam diri kita sendiri maupun orang lain, baik dalam segi dunia maupun akhiratnya.

- b. Barang yang dikonsumsi memberikan manfaat dan tidak merugikan orang lain.
- c. Tidak berlebihan dalam mengonsumsi barang tidak kurang dan tidak lebih. Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwasanya:

QS. Al-Furqan 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.

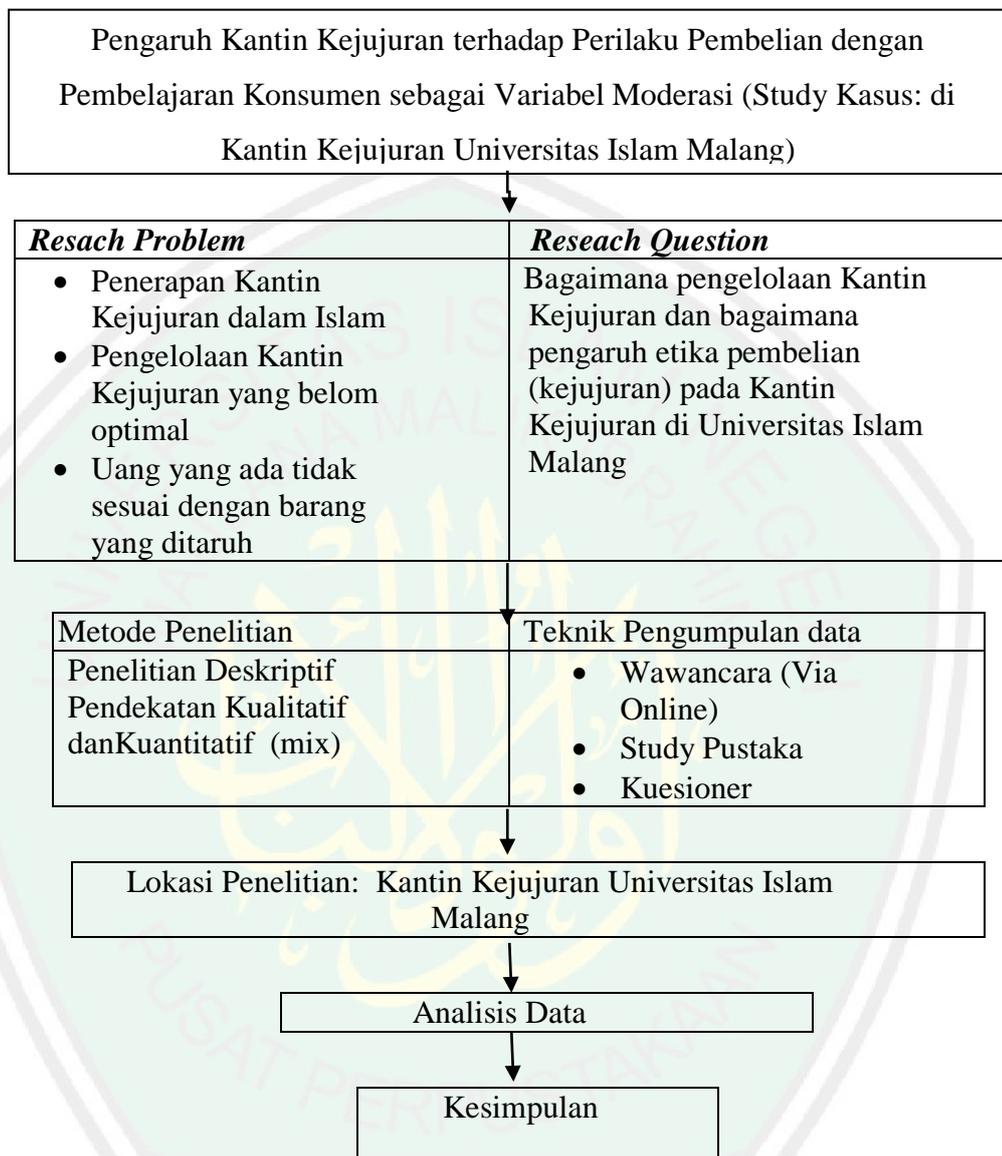
Allah SWT maha memperluas atas rahmatnya walaupun syariat telah melarang dalam mengonsumsi ketika dalam keadaan terpaksa dan tidak menginginkan itu diperbolehkan.

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir bertujuan untuk mempermudah dalam memahami tujuan penelitian ini. Adapun kerangka berfikir diawali dari survei awal di Universitas Islam Malang (UNISMA). Saat peneliti melakukan survei terdapat berbagai macam kue-kue yang ‘disedikan’ kepada mahasiswa UNISMA yang berada di pelataran gedung perkuliahan, diantaranya Gedung B, C, D, E dan Gedung F khususnya untuk aktivitas perkuliahan. Penempatan kue jam 5-6 pagi sudah tersedai pada etalase-etalase dengan label harga dari masing-masing kue.

Penelitian ini menarik dilakukan saat itu tidak ada penjaga tidak ada tulisan, hanya terdapat tulisan bahwa CCT yang paling canggih adalah CCT dari Allah SWT. dengan surat al-baqarah ayat 77 yang isinya ‘*tidakkah mereka mengetahui bahwa Allah mengetahui segala yang mereka sembunyikan dan segala yang mereka nyatakan?*’. Namun demikian hasil survei awal sebagai key informan ‘pemilikinya’ yang menyatakan sering juga mengalami ketidas samaan antara habisnya kue dengan uang yang masuk, pun kadang justru uang hasil penjualan hilang. Namun hingga sekarang tetap kantin kejujuran masih exis. Disini dilakukan penerapan kantin kejujuran dalam Islam dan model pengelolaan kantin kejujuran yang cukup unik untuk diteliti sebagaimana konstruksi pada gambar 2.2.

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan menggunakan metode penelitian kombinasi (*Mixed Methods*), yaitu dengan perpaduan antara penelitian kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif berfungsi untuk mengetahui pengaruh kantin kejujuran terhadap perilaku pembelian. Pada penelitian kuantitatif data yang diperoleh melalui data primer terdiri dari uraian jawaban dari hasil kuesioner dari responden serta analisis kritis dari penelitian mengenai fakta yang ditemui di lapangan. Sedangkan Penelitian kualitatif digunakan untuk mengetahui terkait pengelolaan kantin kejujuran di Universitas Islam Malang dengan metode survei dengan pengumpulan data dengan menyebarkan angket dan wawancara (Sugiyono,2017).

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Kantin Kejujuran di UNISMA, yang beralamat di Jl. Mayjen Gg.10 Kelurahan No. 193, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. Alasan peneliti memilih Kantin Kejujuran di Universitas Islam Malang karena dalam kantin sudah dinaungi oleh lembaga yang berada di kampus dan mudahan dalam menjangkaunya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sekumpulan orang dalam ciri tertentu sengan sifat atau karakteristik yang sama (Indrianto & Supomo, 2012). Selain itu

menurut Muhammad (2008) populasi merujuk kepada orang atau objek yang memiliki persamaan dalam membentuk permasalahan dalam penelitian. Sedangkan (Sugiyono, 2014) menyatakan bahwa populasi merupakan obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang dikategorikan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli dan penjual pada kantin kejujuran di UNISMA.

3.3.2 Sampel

Sampel Menurut Sugiyono (2014) yaitu jumlah dan karakter dari populasi yang dimiliki. Selain itu Menurut Iskandar (2008) sampel adalah turunan dari populasi yang menjadi perwakilan dari populasi yang diamati. Ukuran yang digunakan adalah banyaknya mahasiswa di UNISMA.

Dalam penarikan sampel penelitian ini, populasi tidak diketahui berapa banyaknya (*Accidental Sampling*) maka penelitian ini menggunakan teori Malhotra dalam Asnawi dan Masyhuri (2009) paling sedikit 4 atau 5 dari banyaknya item indikator, item dalam indikator ini berjumlah 35, maka sampel minimalnya sebanyak $35 \times 4 = 140$. Dalam hal itu sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 140 sampel. Masyhuri dan Zainuddin (2008) menyatakan bahwa dalam jenis penelitian kuantitatif kualitas daya ditentukan oleh besar kecilnya sampel yang diambil semakin banyak maka penelitian semakin bagus kualitasnya.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Asnawi dan Masyhuri (2011) mendefinisikan bahwa *accidental sampling* adalah pengambilan sampel secara kebetulan. Teknik pengambilan sampel sering disebut dengan *accidental sampling*. Adapun kriteria dalam sampel kuantitatif ini adalah pembeli kantin kejujuran di UNISMA, sedangkan pada analisis data kualitatif adalah proses pertimbangan diantara mereka yang lebih banyak memiliki informasi, dan dimana sampel yang diambil itu sudah mewakili informasi yang dibutuhkan.

3.5 Data dan Jenis Data

3.5.1 Pengertian Data

Data adalah kumpulan kejadian fakta berupa bilangan ataupun kategori senang, tidak senang, baik, buruk, berhasil, gagal, tinggi, rendah, yang diolah menjadi sebuah informasi (Arifin, 2014 dalam Perdana). Data adalah dasar pengambilan keputusan sebuah dalam suatu kegiatan penelitian (Muhammad, 2008).

3.5.2 Jenis Data

a. Data Primer

Menurut Asnawi dan Masyhuri (2009) mengatakan bahwa data primer merupakan berasal dari pengamatan, wawancara dan kuesioner yang sudah ditentukan.

b. Data Sekunder

Menurut Supranto, 2012 data sekunder merupakan data yang didapat dari pihak dalam pengumpulannya. Dalam penelitian ini data yang

didapat dari perpustakaan, internet, buku-buku, jurnal, artikel, literatur mengenai pengaruh kantin kejujuran terhadap perilaku pembelian dengan pembelajaran sebagai variabel moderasi.

3.6 Teknik Pengambilan Data

Creswell (2016) dalam Sugiyono (2016) menjelaskan dalam melakukan pengumpulan data terdapat banyak hal yaitu, yaitu dengan membatasi penelitian, pengumpulan informasi melalui observasi dan wawancara, baik yang struktur maupun tidak dan mencatat informasi. Dalam penelitian ini dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan sebagai berikut:

a. Riset Kepustakaan

Dalam riset kepustakaan ini penulis membaca dan memahami data sekunder yang didapat. Dalam riset ini akan menemukan konsep dan teori bertujuan untuk membuat landasan berfikir dan menganalisa dalam penulisan.

b. Observasi

Observasi merupakan proses dalam memperhatikan, mencatat kejadian yang ada, dengan memperhitungkan hubungan aspek dalam kejadian. Pada metode ini peneliti hanya mampu melakukan pengamatan di mana peneliti hanya sebagai pengamat yaitu dengan mengetahui seberapa pengaruh penerapan Kantin Kejujuran di UNISMA.

c. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan anatar peneliti dengan informan terkait masalah yang akan diteliti (Sugiono,2014). Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara dengan penjual kantin kejujuran dan seberapa penting kantin kejujuran bagi mahasiswa.

d. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang baik yaitu mengetahui apa yang diharapkan. Kuesioner berupa pertanyaan atau pertanyaan yang diberikan kepada responden. Menurut Arkunto (2013) kuesioner merupakan sekelompok pertanyaan atau pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam permasalahan yang ia ketahui.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2013) menyatakan bahwa variabel adalah obyek atau kegiatan yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kantin	Fasilitas	penilaian	- Fasilitas yang memadai
Kejujuran		pembeli	- Kesesuaian Fasilitas dan
(X) sebagai		mengenai	kebutuhan mahasiswa
variabel		Fasilitas yang ada	- Kebersihan Kantin
independen		di Kantin	- Kenyamanan kantin

		Kejujuran	- Mampu memenuhi kebutuhan pembeli
	Produk	Penilaian pembeli mengenai produk kantin kejujuran	<ul style="list-style-type: none"> - Harga produk kantin - Kualitas Produk - Label halal produk mempengaruhi keputusan pembelian - Produk dapat memenuhi kebutuhan - Wadah mempengaruhi keputusan pembelian
	Keputusan Pembelian	Berkaitan dengan penilaian pembeli sehingga terjadi keputusan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Produk - letak kantin mudah dijangkau - kesesuaian harga terhadap pembeli - Promosi kantin kejujuran - Pengelolaan kantin kejujuran
	Omset	Pendapatan yang didapatkan dalam kantin	<ul style="list-style-type: none"> - Perilaku pembelian memberikan dampak - Pendapatan ditentukan

		kejujuran	<p>ditentukan perilaku konsumen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pendapatan ditentukan jumlah konsumen - Penghasilan dipotong dengan bagi hasil - Penghasilan sesuai target
Perilaku Pembelian (Y) sebagai variabel tetap atau variabel dependen	Budaya, Sosial dan Pribadi		<ul style="list-style-type: none"> - Membeli pada kantin kejujuran karena saran dari teman. - Orang disekitar mempengaruhi dalam melakukan pembelian - Gaya moderen mempengaruhi dalam melakukan pembelian. - Kesamaan budaya mempengaruhi dalam melakukan pembelian. - Kelas sosial mempengaruhi dalam

			<p>melakukan pembelian</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pembelian karena bisa dinikmati oleh berbagai usia - Kondisi keuangan sesuai dengan harga yang ditawarkan pada kantin kejujuran. - Pendapatan atau budget sangat mempengaruhi dalam pembelian - Gaya hidup praktis berpengaruh dalam melakukan pembelian dalam kantin - Melakukan pembelian karena pengalaman sebelumnya
<p>Pembelajaran Konsumen (Z) sebagai variabel moderating</p>	<p>Kejujuran</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Kepentingan Kejujuran dalam berbisnis - Melayani diri sendiri dengan jujur - Apabila merusak barang

			<p>kantin, maka harus menggantinya</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tidak merasa memiliki sesuatu kalau bukan miliknya - Kantin kejujuran dapat melatih dalam kejujuran
--	--	--	---

3.8 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala likert karena mengukur pembelian. Sugiyono (2003) menyatakan bahwa skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur perilaku, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang kejadian sosial. Setiap item yang menggunakan skala likert yang mempunyai nilai sangat positif hingga negatif. Adapun skor yang diberikan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skor Penelitian Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.9 Analisis Data

3.9.1 Teknik Analisis Kualitatif

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang dikumpulkan sehingga data tersebut dapat ditemukan kesimpulan dan

dijadikan sebagai bahan informasi yang diperoleh sehingga dapat dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Pada penelitian ini terdapat dua pertanyaan yaitu:

- a. Untuk mengetahui model pengelolaan kantin kejujuran di UNISMA.
- b. Untuk memahami permasalahan atau resiko yang dialami dan bagaimana cara menanggulangi resiko yang dialami.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian dalam mengetahui pengelolaan kantin kejujuran dengan metode interaktif dari Mails & Huberman dalam Sugiyono (2017) dengan tahapan pengumpulan data yaitu:

1. Pengumpulan data

Merupakan proses dalam melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dimana peneliti sebagai instrumen kunci dalam mendapatkan data. Semakin lama dilapangan semakin banyak jumlah data yang di dapatkan dan semakin bervariasi. Terdapat data yang diamati dan data yang tidak dapat diamati, misalnya mengenai perasaan dan hati.

2. Reduksi Data

Merupakan proses untuk merangkum dan memfokuskan pada hal yang penting. Hal ini bertujuan untuk mengelompokkan dan membuang data yang tidak perlu dengan melakukan proses reduksi untuk memberikan gambaran yang jelas agar mempermudah peneliti untuk melakukan dalam proses pengumpulan data.

3. Penyajian Data

Proses dalam mengambil kesimpulan dan mengambil tindakan dengan melalui menyusun informasi dalam bentuk tabel, grafik dan lainnya.

4. Penarikan Kesimpulan

Proses pengambilan tindakan setelah mendapatkan data dari lapangan untuk mendapatkan kritik dan saran. Kesimpulan sendiri bertujuan untuk mengetahui terkait kebenaran, kekokohan dan kecocokan yang merupakan validitasnya.

3.9.2 Analisis Data Kuantitatif

3.9.2.1 Uji Validitas

Salah satu pengujian dari penelitian ini adalah uji validitas. Priadana dan Sholihudin (2009) mengemukakan bahwa validitas data ditentukan oleh keakutran dalam mengolah. Kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang menjadi tujuan ukurannya.

Ghazali (2016) mengungkapkan bahwa pengambilan keputusan baik valid maupun tidak dapat dipahami melalui mengorelasikan antara angka peritem dengan angka total, kuesioner dikatakan valid apabila korelasi r memiliki nilai lebih dari begitupun sebaliknya dikatakan tidak valid apabila nilai kurang dari 0,05 apabila butir kuesioner tersebut tidak valid perlu diperbaiki atau dibuang.

3.9.2.2 Uji Reabilitas

Ghozali (2011) menyatakan bahwa uji reabilitas merupakan alat untuk mengukur kuesioner dari variabel konstruk. Kuesioner dikatakan

reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha*(α) $\geq 0,70$. dan jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten tidak berubah. Pengolahan data ini menggunakan SPSS. Uji reabilitas dapat dilakukan dengan uji klasik *Cronbach Alpha* (α).

3.9.2.3 Analisis Deskriptif

Metode ini bertujuan untuk menggambarkan masalah yang dihadapi saat ini. Metode ini dilakukan melalui pengelompokan, penganalisisan dan diinterpretasikan.

3.9.2.4 Uji Asumsi Klasik

Dalam Uji asumsi klasik meliputi:

a. Uji Normalitas

Situmtrong (2008) mengungkapkan dalam Uji normalitas dalam pengujian ini bertujuan untuk mengetahui distribusi sebuah data itu mengikuti atau distribusi normal. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Kolmogrov Smirnov*. Dengan kepengambilan keputusan yaitu signifikan apabila yang digunakan adalah 5% dan nilai *Asym.Sig (2-Failed)* diatas nilai signifikan 5% artinya variabel residual atau berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Pada model regresi ini yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Pada penelitian ini uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji Glester dalam pengambilan keputusan. Apabila variabel X signifikan secara statistik mempengaruhi variabel Y, maka

ada indikasi terjadi heterokedastisitas. Jika probabilitas signifikan diatas tingkat kepercayaan yaitu diatas 5% maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengarah kepada adanya heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji ini merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam regresi didapatkan korelasi antara variabel X. Penyebabkan tingginya variabel dalam sampel karena multikolinearita.

Apabila *tolerance* diatas 0,10 maka dapat artikan tidak terjadi multikolinearitas dan apabila diatas atau sama 0,10 maka terjadi multikolinearitas. Atau bisa dilihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila VIF kurang dari 10 ataupun sebaliknya.

3.9.2.5 Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2016) menyatakan bahwa pada penguji regresi berganda terdapat pengaruh atau tidak terkait variabel X dan variabel Y. Tujuan lain dari analisis adalah untuk menguji terkait kebenaran hipotesis dalam penelitian.

Pada analisis regresi linier ini menggunakan model sebagai berikut:

$$Y: a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Y : Variabel terikat

a : Konstanta

- $\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$: Koefisien arah regresi
- X1 : Variabel Fasilitas
- X2 : Variabel Produk
- X3 : Variabel Keputusan Pembelian
- X4 : Variabel Omset
- e : Kesalahan pengganggu atau eror

2. Uji Simultan (F)

Ghozali I, (2011) menyatakan bahwa uji f pada dasarnya mengetahui apakah terdapat pengaruh antar variabel X dengan variabel Y. Adapun hipotesis dari uji f yang berfungsi sebagai berikut:

- a. $H_0 = b_1, b_2, b_3, b_4 = 0$, merupakan kantin kejujuran tidak berpengaruh terhadap perilaku pembelian
- b. $H_0 = b_1, b_2, b_3, b_4 \neq 0$, merupakan secara serentak kantin kejujuran berpengaruh terhadap perilaku pembelian

Pengambilan keputusannya adalah:

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada α 5%

H_1 ditolak jika $F_{hitung} < \alpha$ (0,05)

3. Uji Koefisien determinasi (R^2)

Pada uji ini berfungsi untuk mengukur besar kontribusi variabel X terhadap variabeln Y. Apabila variabel X dalam menerangkan dengan baik maka koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu), dimana $0 > R^2 < 1$. Dikatakan pengaruh apabila variabel X terhadap variabel Y apabila R^2 semakin rendah atau mendekati nol. Hal ini

menunjukkan bahwa variabel bebas terhadap variabel terikat itu tidak kuat.

4. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Menurut Liana (2009) *Moderated Regression Analysis* (MRA) adalah persamaan regresi yang mengandung unsur interaksi. Dengan rumus persamaannya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2 + e$$

Variabel moderat merupakan variabel perkalian antara variabel X1 dan variabel X2 karena dalam Variabel X2 menggambarkan pengaruh variabel moderating terhadap X1 dengan variabel Y. Sedangkan dianggap sebagai variabel moderat apabila terdapat dorongan langsung dari variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Y X1 dan X2 karena

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + B_3 X_1X_2 + e$$

Ketentuan: Apabila variabel moderating tersebut variabel X2, maka koefisien b3 harus signifikan terhadap apa yang ditentukan. :

$$dY/dX_1 = b_1 + b_3X_2$$

Perbandingan arti bahwa dY/dX_1 adalah fungsi dari X2 atau variabel X2 memoderasi hubungan X1 dan Y. Hipotesis yang akan diuji yaitu semakin besar pengaruh kantin kejujuran maka akan berpengaruh terhadap semakin besar pula perilaku pembelian.

Menurut Liana (2009) dalam model terkait hubungan antara variabel regresi dengan variabel moderating adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_1 * X_5 + \beta_6 X_2 * X_5 + \beta_7 X_3 * X_5 + \beta_8 X_4 * X_5 + e$$

Keterangan:

Y: Perilaku Pembelian

a : Konstanta

X1: Fasilitas

X2: Produk

X3: Keputusan Pembelian

X4: Omset

X5: Pembelajaran Konsumen

X1*X5: Fasilitas*Pembelajaran Konsumen

X2*X5: Produk*Pembelajaran Konsumen

X3*X5: Perilaku Konsumen*Pembelajaran Konsumen

X4*X5: Omset*Pembelajaran Konsumen

e : Standar Error

Dikatakan signifikan pada α (tingkat signifikansi yang ditentukan apabila variabel X5 merupakan variabel moderating dengan koefisien b5, b6, b7 dan b8.

Menurut Aziz (2015) terdapat macam klasifikasi variabel moderasi yaitu:

1. Moderasi Murni merupakan variabel moderasi murni dalam hubungan yang dibentuk.

2. Moderasi Semu merupakan yang menghubungkan antara variabel X, dengan variabel Y yang sekaligus menjadi variabel X sebagai variabel moderasi.
3. Prediktor Moderasi merupakan peranan variabel X dalam model hubungan yang sudah dibentuk.
4. Moderasi Potensial merupakan potensial variabel dari variabel moderasi



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Universitas Islam Malang

4.1.1.1 Sejarah Universitas Islam Malang

Universitas Islam Malang atau sering disebut dengan istilah UNISMA merupakan salah satu perguruan tinggi di kota Malang. Sebelum adanya istilah UNISMA perguruan tersebut dinamakan Yayasan Sunan Giri perguruan yang berada di MT. Haryono 193. UNISMA berdiri pada tanggal 27 Maret 1981 yang dirintis oleh tokoh masyarakat, ulama dan cendekiawan muslim Nahdlatul Ulama di Kota Malang.

Sarjana Muslim merupakan pelopor berdirinya perguruan tinggi UNISMA dengan membentuk panitia sembilan yang beraliran *Alussunnah wal Jama'ah*. Bentuk dan amanat dalam merencanakan mendirikan perguruan tinggi ini di sepakati oleh Para Sarjana Muslim.

Fakultas Tarbiyah merupakan fakultas pertama yang ada di UNISMA dan merupakan berdirinya kampus yang mengalami sejarah panjang sebelum menjadi fakultas. Berdirinya Fakultas Tarbiyah ini diawali dengan berdirinya akademik pendidikan Ilmu dan Islam (APIA) yang selanjutnya berubah menjadi Fakultas Tarbiyah Watta'lim (FTT) Universitas Nahdlatul Ulama (UNU). Hal ini dilakukan dengan Surat keputusan. Menteri Agama RI nomor: 16/1963 tanggal 12 Januari 1963 yang menyatakan Ijazah Sarjana Muda FTT UNU Malang diakui sama

dengan Ijazah Sarjana Muda Insitut Agama Islam Negeri. Pada tahun 1968 nama UNU Malang diubah menjadi UNSURI Jawa Timur dan berkedudukan di Surabaya dan memiliki beberapa fakultas yang ada di Malang, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Pertanian, Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat.

Pada tahun 1971 Fakultas Tarbiyah Wata'lim (UNU) berubah menjadi Fakultas Tarbiyah UNSURI. Ketika Yayasan Universitas Islam Sunan Giri Malang berdiri, maka Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Pertanian UNSURI bergabung menjadi salah satu fakultas di Universitas Islam Malang.

Pada tanggal 7 Oktober 1983 UNISMA mendapat status terdaftar untuk program pendidikan sarjana muda dengan SK. Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia no 0425/1983 untuk Fakultas Hukum (Jurusan Keperdataan, Pidana dan Administrasi Negara), Fakultas Pertanian (Jurusan Budidaya Pertanian, Sosial Ekonomi Pertanian), Fakultas Peternakan (Jurusan Produksi Ternak), Fakultas Teknik (Jurusan Sipil, Mesin dan Elektro), Fakultas Ekonomi (Jurusan Manajemen dan Akuntansi), Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan (Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pendidikan Matematika), Fakultas Ilmu Administrasi pada 27 Maret 1983 ini mulai beroperasi dengan jurusan Administrasi Negara dan Administrasi Niaga. Sejak 31 Maret 2005 UNISMA telah membuka Fakultas Kedokteran dengan konstansi pada keanekaragaman hayati sebagai penunjang pengobatan.

Semenjak Yayasan UNISMA berdiri hanya memiliki satu bidang garapan yaitu bidang pendidikan, namun hingga kini mengalami perkembangan yang cukup pesat, ditandai dengan Yayasan UNISMA telah mampu mengembangkan bukan hanya dalam bidang pendidikan saja melainkan juga sektor-sektor diluar pendidikan antara lain:

1. Rumah Sakit UNISMA
2. Laboratorium *Ahlussunnah wal Jama'ah* dan Pondok Pesantren Ainul Yaqin
3. Kerjasama Lembaga Penelitian UNISMA dengan Departemen Kehutanan dan Perkebunan RI.
4. Kerjasama Fakultas Teknik dengan BPPT
5. Dibukanya beberapa program Pasca Sarjana (S-2)
6. Berdirinya Gedung Aswaja Centre
7. Kerjasama dengan "*Department of Food Science and Technology of Agriculture, Kyushu Universitas Fukuoka Japan*" "*Department of Microbiology Universitas of Delhi South Campus, New Delhi India*
8. Kerjasama dengan "*The Association Overseas Technological Scholarship (AOTS), sub divisi Business Forum*"
9. Kerjasama dengan *Learning Assistance Program for Islamic Schools (LAPIS)* dan *Equality of Learning Outcomes in Islamic Schools (ELOIS)* dari Australia.

4.1.1.2 Visi Misi dan Tujuan Universitas Islam Malang

Visi :

Menjadi Universitas unggul bertaraf internasional, berorientasi masa depan dalam IPTEKS dan budaya, untuk kemaslahatan umat yang *berakhlaqul karimah*, berlandaskan *Islam Ahlussunnah waljama'ah*.

Misi :

- Meningkatkan kualitas pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat, yang berpihak pada kemaslahatan umat menuju universitas berkualifikasi internasional (*word class university*).
- Mengembangkan dan menyebarkan akses pendidikan dan ajaran Islam *Ahlussunnah waljama'ah*.
- Memperkuat kapasitas institusi untuk mewujudkan kualitas pendidikan dan pembelajaran yang handal serta unggul berstandart internasional dengan meningkatkan tata kelola yang baik (*Good University Governance*).

4.1.1.3 Daftar Fakultas dan Program Study

Universitas Islam Malang memiliki 10 fakultas dan 22 program study atau jurusan. Berikut adalah daftarnya:

Tabel 4.1
Daftar Fakultas dan Program Study

No	Fakultas dan Program Study	Gelar
1	Fakultas Agama Islam	
	1. Pendidikan Agama Islam	Sarjana Pendidikan Islam
	2. Ahwal Al-Syakhsyiyah	Sarjana Syari'ah
	3. Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	Sarjana Pendidikan Islam
2	4. Pendidikan Guru Raudhatul Athfal	Sarjana Pendidikan Islam
	Fakultas Hukum	
3	Ilmu Hukum	Sarjana Hukum
	Fakultas Pertanian	
4	1. Agroteknologi	Sarjana Pertanian
	2. Agribisnis	Sarjana Pertanian
5	Peternakan	
	Peternakan	Sarjana Peternakan
6	Fakultas Teknik	
	1. Teknik Sipil	Sarjana Teknik
	2. Teknik Mesin	Sarjana Teknik
7	3. Teknik Elektro	Sarjana Teknik
	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	
	Biologi	Sarjana Sains
8	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	
	1. Pendidikan Bahasa Indonesia	Sarjana Pendidikan
	2. Pendidikan Matematika	Sarjana Pendidikan
	3. Pendidikan Bahasa Inggris	Sarjana Pendidikan
9	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	
	1. Manajemen	Sarjana Ekonomi
	2. Akuntansi	Sarjana Ekonomi
	3. Perbankan Syari'ah	Sarjana Ekonomi
10	Fakultas Ilmu Administrasi	
	1. Ilmu Administrasi Negara	Sarjana Administrasi Publik
	2. Ilmu Administrasi Niaga	Sarjana Administrasi Bisnis
11	Fakultas Kedokteran	
	1. Pendidikan Kedokteran	Sarjana Keokteran
	2. Farmasi	Sarjana Farmasi

4.1.1 4 Kantin Kejujuran Mahasiswa Universitas Islam Malang

Kantin kejujuran sering kita temui di sekolah dan kampus yang tujuan melatih kejujuran para peserta didik. Salah satunya kampus yang menerapkan Kantin kejujuran adalah kampus UNISMA, yang

merupakan kantin kejujuran yang dikelola oleh mahasiswa UNISMA yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Usaha ini menjadi pilihan utama mahasiswa karena tidak perlu dijaga sehingga tidak akan mengganggu proses belajar mahasiswa dan mampu melatih kejujuran mahasiswa.

Kantin kejujuran UNISMA memiliki prinsip yang sama seperti kantin kejujuran yang lainnya yaitu tidak adanya penjaga dan hanya tersedia barang dagangan dan daftar harga dan tempat pembayaran. Penjual juga menyediakan uang receh untuk kembalian tetapi sebelumnya penjual dianjurkan untuk membayar uang pas. Dengan tidak adanya penjaga merupakan peluang besar berbuat tidak jujur, maka dalam hal itu kejujuran sangat ditekankan untuk keberlangsungan usaha.

Kantin Kejujuran UNISMA terletak pada sepanjang Gedung B,C,D,E,F akan tetapi yang paling banyak di Gedung B karena gedung tersebut digunakan perkuliahan semua fakultas kecuali fakultas keguruan dan ilmu pendidikan (FKIP) dan Kedokteran.

Kantin Kejujuran diletakkan pada tempat yang rame dan sering dijangkau banyak mahasiswa karena tempat tersebut merupakan tempat yang strategis. Bentuk kantin kejujuran di UNISMA yaitu adanya *box*, keranjang dan alat buat penyimpanan barang dagangan, dan didalamnya terdapat kotak penyimpanan uang pembayaran.

Kantin kejujuran yang berada di kampus UNISMA terlihat rapi karena terdapat fasilitas yang diberikan oleh kampus yaitu etalase. Etalase ini merupakan kerjasama antara mahasiswa dengan Lembaga P2KIP yaitu Pusat Pengembangan Kewirausahaan Inkubator bisnis yang berda di Universitas Islam Malang.

Sebelum memulai usaha mahasiswa hendaknya berkoordinasi kepada lembaga yang menaungi, karena terdapat adanya fasilitas yang diberikan dan diwajibkan membayar iuran Rp. 1.500 per kotaknya.

Mahasiswa yang berjualan biasanya meletakkan barang dagangannya pagi karena banyak mahasiswa yang kuliah pagi dan tidak sempat makan. Kantin kejujuran dibuka mulai sekitar jam 06.00 pagi ada pula yang giliran siang dan diambil apabila barang dagangan habis dan sudah sore hari.

4.1.2 Gambaran Umum Responden

Pada tahap ini ada beberapa karakteristik yaitu jenis kelamin, umur, pekerjaan, pengeluaran perbulan dan seberapa sering melakukan pembelian di kantin kejujuran. Dan memiliki 157 responden dalam penelitian kuantitatif.

4.1.2.1 Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2

Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
---------------	------------------	----------------

Laki-laki	40 Responden	25,47%
Perempuan	117 Responden	74,52%
Total	157 Responden	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 157 sampel pembeli pada kantin kejujuran di UNISMA responden perempuan sebanyak 117. Dengan nilai prosentase 74,52% Sedangkan responden laki-laki sebanyak 40 dengan perbandingan 25,47%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pembeli pada kantin kejujuran di Universitas UNISMA di dominasi oleh perempuan.

4.1.2.2 Umur Responden

Tabel 4.3

Hasil Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah Responden	Persentase (%)
18 Tahun	4 Respdn	2,5%
19 Tahun	32 Respdn	20,3%
20 Tahun	34 Respdn	21,6%
21 Tahun	43 Respdn	27,3%
22 Tahun	28 Respdn	17,8%
23 Tahun	10 Respdn	6,3%
24 Tahun	4 Respdn	2,5%
25 Tahun	1 Respdn	0,6%

26 Tahun	1 Respdn	0,6%
Total	157 Respdn	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden yang paling besar adalah 27,3% dengan usia responden 21 tahun. Sedangkan 20,3% tertinggi kedua yang berusia 20 Tahun. Jadi dapat dilihat rata-rata yang menjadi pembeli pada kantin kejujuran di UNISMA adalah berumur 21 tahun.

4.1.2.3 Pekerjaan Responden

Tabel 4.4

Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Mahasiswa	151 Responden	96,1%
Reseller	1 Respdn	0,6%
Guru Sukuwan	1 Respdn	0,6%
Gojek	2 Respdn	1,2%
Penjual susu	1 Respdn	0,6%
Dremer	1 Responden	0,6%
Total	157 Responden	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan responden berdasarkan pekerjaan yang mayoritas dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan persentase 96,1%.

4.1.2.3 Pengeluaran Perbulan Responden

Tabel 4.5

Hasil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran Per bulan	Jumlah Responden	Persentase (%)
<Rp. 1.000.000	106 Responden	67,5%
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	38 Responden	24,2%
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	8 Responden	5,0%
> Rp. 2.000.000	5 Responden	3,1%
Total	157 Responden	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut dilihat dari pengeluaran perbulan maka dapat disimpulkan bahwa pengeluaran responden yang paling banyak adalah <Rp. 1.000.000 dengan prosentase 67,5%.

4.1.2.3 Banyaknya Melakukan Pembelian Responden

Tabel 4.6

Hasil Responden Berdasarkan Banyaknya Melakukan Pembelian

Melakukan Pembelian	Jumlah Responden	Persentase (%)
3 kali	17 Responden	18,8%
3 – 5 kali	26 Responden	16,5%
5-10 kali	29 Responden	18,4%

> 10 Kali	55 Responden	35,03%
Total	157 Responden	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Dari tabel tersebut berdasarkan banyaknya melakukan pembelian dengan hasil responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah > 10 kali pembelian dengan prosentase 35,03%.

4.1.3 Analisis Data Kuantitatif

4.1.3.1 Uji Validitas

Ghozali (2011) menyatakan tujuan dari uji validitas adalah untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0 dengan hitungan, $df = 157 - 2$ atau $df = 155$ dengan alpha 5% sehingga didapatkan $r_{tabel} = 0,159$.

Pada uji validitas ini dilakukan dengan mengetahui nilai signifikansi sebanyak 5% atau 0,05. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, begitupun sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Hasil dari uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas

Name	R hitung	R tabel(5%)	Sig	keterangan
X1.1	783	0,159	.000	Valid
X1.2	786	0,159	.000	Valid
X1.3	746	0,159	.000	Valid

X1.4	858	0,159	.000	Valid
X1.5	700	0,159	.000	Valid
X2.1	625	0,159	.000	Valid
X2.2	612	0,159	.000	Valid
X2.3	628	0,159	.000	Valid
X2.4	781	0,159	.000	Valid
X2.5	585	0,159	.000	Valid
X3.1	664	0,159	.000	Valid
X3.2	530	0,159	.000	Valid
X3.3	771	0,159	.000	Valid
X3.4	660	0,159	.000	Valid
X3.5	738	0,159	.000	Valid
X4.1	757	0,159	.000	Valid
X4.2	744	0,159	.000	Valid
X4.3	721	0,159	.000	Valid
X4.4	600	0,159	.000	Valid
X4.5	599	0,159	.000	Valid
Y1	749	0,159	.000	Valid
Y2	639	0,159	.000	Valid
Y3	707	0,159	.000	Valid
Y4	772	0,159	.000	Valid
Y5	795	0,159	.000	Valid
Y6	796	0,159	.000	Valid
Y7	667	0,159	.000	Valid

Y8	384	0,159	.001	Valid
Y9	757	0,159	.000	Valid
Y10	446	0,159	.000	Valid
Z1	715	0,159	.000	Valid
Z2	715	0,159	.000	Valid
Z3	679	0,159	.000	Valid
Z4	590	0,159	.000	Valid
Z5	716	0,159	.000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Hasil dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa setiap item pertanyaan memiliki r hitung positif dan lebih tinggi dibanding r tabel sebesar 0,159. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua indikator dari X1,X2,X3,X4,Y dan Z adalah valid.

4.1.3.2 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0 dengan ketentuan kuesioner reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten tidak berubah. Dengan ketentuan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut:

- a. Relibel apabila jumlah Cronbach alpha $> 0,70$
- b. Tidak reliabel apabila jumlah Cronbach alpha $< 0,60$.

Hasil uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan SPSS 16.0 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

NO	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	T tabel (5%)	Kesimpulan
1	Fasilitas (X1)	0,800	0,159	Reliabel
2	Produk (X2)	0,747	0,159	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (X3)	0,769	0,159	Reliabel
4	Omset (X4)	0,772	0,159	Reliabel
5	Perilaku Pembelian (Y)	0,748	0,159	Reliabel
6	Pembelajaran Konsumen	0,775	0,159	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Dari hasil uji reliabilitas mendapat nilai kuesioner X1 sebesar 0,800, X2 0,747, X3 0,769, X4 0,772, Y dengan nilai 0,748, dan variabel Z 0,775. Berdasarkan nilai pada koefisien realibilitas tersebut dapat dikatakan semua kuesioner dalam penelitian ini realibel atau konsisten, karena pada menunjukkan masing-masing nilai *cronbach alpha* lebih besar dari r tabel 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pernyataan reliabel karena nilai *cronbach alpha* $> 0,70$.

4.1.3.3 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian deskriptif ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum dan gambaran umum tentang sampel yang ada pada penelitian. Dalam penelitian ini terdiri dari

Fasilitas (X1), Produk (X2), Keputusan pembelian (X3), Omset (X4) dan Perilaku Pembelian (Y) dan Pembelajaran Konsumen (Z) dikategorikan yaitu:

Tabel 4.9
Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PP	157	29	50	45.22	4.574
FASILITAS	157	10	25	18.15	3.536
PRODUK	157	10	25	18.57	2.833
KP	157	12	25	18.70	2.988
OMSET	157	10	25	18.92	2.543
PK	157	14	25	21.61	2.796
Valid N (listwise)	157				

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut hasil uji analisis deskriptif dijelaskan sebagai berikut:

1. Perilaku Pembelian (Y)

Pada tabel tersebut dapat disimpulkan bahwasanya, nilai N atau keseluruhan dari responden adalah 157 orang, dengan nilai mean pada Perilaku Pembelian sebagai variabel dependen (Y) adalah 45,22 dengan nilai standar deviasi 4,574 yang menyatakan bahwa selama periode penelitian tingkat perilaku pembelian dalam kategori yang cukup baik dan terdistribusi dengan baik

dapat dilihat dari nilai mean lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasi. Sementara pada nilai minimum perilaku pembelian sebesar 29, dan nilai maksimumnya adalah 50.

2. Fasilitas (X1)

Pada tabel tersebut dapat disimpulkan bahwasanya, nilai N atau keseluruhan dari responden adalah 157 orang, dengan nilai mean pada Fasilitas sebagai variabel independen (X1) adalah 18,15 dengan nilai standar deviasi 3,536 yang menunjukkan bahwa selama periode penelitian tingkat fasilitas dalam kategori yang cukup baik dan terdistribusi dengan baik dapat dilihat dari nilai mean lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasi. Sementara pada nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimumnya adalah 25.

3. Produk (X2)

Pada tabel tersebut dapat disimpulkan bahwasanya, nilai N atau keseluruhan dari responden adalah 157 orang, dengan nilai mean pada Produk sebagai variabel independen (X2) adalah 18,57 dengan nilai standar deviasi 2,833 yang menunjukkan bahwa selama periode penelitian tingkat produk dalam kategori yang cukup baik dan terdistribusi dengan baik dapat dilihat dari nilai mean lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasi. Sementara pada nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimumnya adalah 25.

4. Keputusan Pembelian (X3)

Pada tabel tersebut dapat disimpulkan bahwasya, nilai N atau keseluruhan dari responden adalah 157 orang, dengan nilai mean pada Keputusan Pembelian sebagai variabel independen (X3) adalah 18,70 dengan nilai standar deviasi 2,998 yang menunjukkan bahwa selama periode penelitian tingkat keputusan pembelian dalam kategori yang cukup baik dan terdistribusi dengan baik dapat dilihat dari nilai mean lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasi. Sementara pada nilai minimum sebesar 12 dan nilai maksimumnya adalah 25.

5. Omset (X4)

Pada tabel tersebut dapat disimpulkan bahwasya, nilai N atau keseluruhan dari responden adalah 157 orang, dengan nilai mean pada Fasilitas sebagai variabel independen (X4) adalah 18,92 dengan nilai standar deviasi 2,543 yang menunjukkan bahwa selama periode penelitian tingkat Omset dalam kategori yang cukup baik dan terdistribusi dengan baik dapat dilihat dari nilai mean lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasi. Sementara pada nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimumnya adalah 25.

6. Pembelajaran Konsumen (Moderasi)

Pada tabel tersebut dapat disimpulkan bahwasya, nilai N atau keseluruhan dari responden adalah 157 orang, dengan nilai mean

pada Pembelajaran Konsumen sebagai variabel moderating (Z) adalah 21,61 dengan nilai standar deviasi 2,796 yang menunjukkan bahwa selama periode penelitian tingkat Pembelajaran Konsumen dalam kategori yang cukup baik dan terdistribusi dengan baik dapat dilihat dari nilai mean lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasi. Sementara pada nilai minimum sebesar 14 dan nilai maksimumnya adalah 25.

4.1.3.4 Uji Normalitas

Uji Normalitas penelitian ini menggunakan uji non-parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S) jika probabilitas lebih tinggi dari 0,05 maka berdistribusi normal, namun jika nilai probabilitasnya lebih rendah dari 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		157
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^a	Std. Deviation	4.07108305
Most	Absolute	.102
Extreme	Positive	.046

Differences Negative	-1.102
Kolmogorov-Smirnov Z	1.282
Asymp. Sig. (2-tailed)	.075

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Dari hasil uji tersebut, nilai signifikansi yang didapatkan adalah 0,075 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa residual pada model regresi berdistribusi normal dan asumsi normal.

4.1.3.5 Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heteroskedastisitas tergantung pada ada tidaknya heteroskedastisitas, dan bisa diuji melalui uji Glejser. Apabila probabilitas signifikannya diatas tingkat kepercayaannya 5%, maka model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas..

Tabel 4.11

Hasi Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Kriteria	Simpulan
Fasilitas X1	0,485	$p > 0.05$	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Produk X2	0,474	$p > 0.05$	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Keputusan Pembelian X3	0,929	$p > 0.05$	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Omset X4	0,306	$p > 0.05$	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
----------	-------	------------	--------------------------------------

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel (X1) 0,982 Variabel (X2) 0,008 Variabel (X3) 0,837 dan variabel Omset (X4) sebesar 0,13 dan yang menunjukkan bahwa nilai signifikasinya diatas 0,05. Dapat dikatakan bahwa H_0 diterima, yang artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam data.

4.1.3.6 Uji Multikolinieritas

Pada pengujian ini untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel X. Multikolinieritas dapat dilihat dengan menganalisis matrik korelasi variabel X. Hasil pengujian multikolinieritas adalah:

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Simpulan
Fasilitas X1	0,563	1,176	Tidak terjadi Multikolinieritas
Produk X2	0,482	2,075	Tidak terjadi Multikolinieritas
Keputusan Pembelian X3	0,414	2,416	Tidak terjadi Multikolinieritas
Omset X4	0,567	1,764	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Dari hasil uji multikolinieritas diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel X tidak ada yang memiliki tolerance lebih besar dari 0,10 yang

berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang jumlahnya lebih dari 95% sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak variabel independen yang memiliki nilai VIF kurang lebih dari 10. Jadi dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2016) menyatakan bahwa pada analisis ini berfungsi untuk menguji ada tidaknya dorongan antara dua lebih variabel X terhadap variabel Y dengan mengukur interval atau rasio dalam satu persamaan linear. Fungsi lain dari analisis regresi itu digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang dilakukan dalam penelitian.

Model regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut sebagai berikut:

$$Y: a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

- Y : Variabel terikat
 a : Konstanta
 $\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$: Koefisien arah regresi
 X1 : Variabel Fasilitas
 X2 : Variabel Produk
 X3 : Variabel Keputusan Pembelian
 X4 : Variabel Omset
 e : Kesalahan pengganggu atau eror

4.1.3.7 Uji Simultan (F)

Uji Simultan F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel X yang dimaksud dalam model mempunyai pengaruh secara bersama terhadap variabel Y. Dalam penelitian ini menggunakan nilai perbandingan F Hitung dengan F Tabel. Jika F hitung < F Tabel, maka variabel X secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel Y (hipotesis ditolak), begitupun sebaliknya.

Tabel 4.13

Hasil Uji Simultan F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1495.051	5	299.010	25.536	.000 ^a
Residual	1768.146	151	11.710		
Total	3263.197	156			

a. Predictors: (Constant), PK, Fasilitas, Omset, Produk,

KP

b. Dependent Variable:

PP

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Dari hasil perhitungan didapatkan jumlah F hitung 25,536 (signifikansi F=0,000). Jadi F hitung > F tabel (25,536 > 2,43) atau sig F < 5%

($0,000 < 0,05$). Hipotesis 1 dapat diterima variabel X1, X2, X3, X4 berpengaruh secara simultan dengan Y.

Uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel Y. Dalam penelitian ini koefisien determinasi menggunakan nilai adjusted R^2 .

Tabel 4.14

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 ^a	.458	.440	3.422

a. Predictors: (Constant), PK, Fasilitas, Omset, Produk, KP

b. Dependent Variable: PP

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Pada tabel tersebut, dapat diketahui sebagai berikut:

a. Nilai koefisien korelasi (R) 0,677 artinya ada hubungan kuat antara variabel X dengan variabel Y (karena mendekati angka 1)

b. Koefisien Determinasi

Kontribusi variabel X mempengaruhi variabel 0,458 artinya kontribusi variabel X mempengaruhi variabel Y sebesar 45,8%. Sedangkan 54,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

4.1.3.8 Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji interaksi disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) karena adanya variabel pembelajaran konsumen yang menjadi

variabel *moderating*. MRA merupakan persamaan regresi mengandung unsur interaksi dengan menggunakan aplikasi khusus regresi berganda linier. Ghazali (2013) mengemukakan bahwa variabel moderating merupakan variabel X yang memperkuat atau melemahkan hubungan antara variabel X terhadap variabel Y.

Dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_1 * X_5 + \beta_6 X_2 * X_5 + \beta_7 X_3 * X_5 + \beta_8 X_4 * X_5 + e$$

Keterangan:

Y: Perilaku Pembelian

a : Konstanta

X1: Fasilitas

X2: Produk

X3: Keputusan Pembelian

X4: Omset

X5: Pembelajaran Konsumen

X1*X5: Fasilitas*Pembelajaran Konsumen

X2*X5: Produk*Pembelajaran Konsumen

X3*X5: Perilaku Konsumen*Pembelajaran Konsumen

X4*X5: Omset*Pembelajaran Konsumen

e : Standar Error

Dengan menggunakan SPSS 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15**Model Summary X1 terhadap Y****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.322 ^a	.104	.098	4.344

a. Predictors: (Constant), FASILITAS

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Tabel 4.16**Model Summary X1, Y, Z****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 ^a	.444	.433	3.443

a. Predictors: (Constant), FASILITAS PK, PK,

FASILITAS

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai R Square pada persamaan regresi pertama 0,104 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y. Setelah adanya variabel Z pada persamaan regresi kedua, nilai R Square tersebut meningkat menjadi 0,444 atau 44,4%. Maka dapat disimpulkan bahwasanya **“Hipotesis diterima”**.

Sehingga dapat dikatakan bahwa keberadaan variabel Z sebagai variabel moderasi dapat memperkuat atau meningkatkan variabel X terhadap Y.

Tabel 4.17

Model Summary X2 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	.135	.130	4.266

a. Predictors: (Constant),

PRODUK

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Tabel 4.18

Model Summary X2, Y, Z

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.432	.421	3.482

a. Predictors: (Constant), PRODUK PK, PRODUK, PK

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai R Square pada persamaan regresi pertama 0,135 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y. Setelah adanya

variabel Z pada persamaan regresi kedua, nilai R Square tersebut meningkat menjadi 0,432 atau 43,2%. Maka dapat dikatakan bahwasanya “**Hipotesis diterima**”. Sehingga dapat keberadaan variabel Z sebagai variabel moderasi dapat memperkuat atau meningkatkan variabel X terhadap Y.

Tabel 4.19

Model Summary X3 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.337 ^a	.114	.108	4.320

a. Predictors: (Constant), KP

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Tabel 4.20

Model Summary X3, Y, Z

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.510	.501	3.232

a. Predictors: (Constant), KP PK, PK,

KP

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai R Square pada persamaan regresi pertama 0,114 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y. Setelah adanya variabel Z pada persamaan regresi kedua, nilai R Square tersebut meningkat menjadi 0,510 atau 51,0%. Maka dapat dikatakan bahwasanya “**Hipotesis diterima**”. Sehingga dapat keberadaan variabel Z sebagai variabel moderasi dapat memperkuat atau meningkatkan variabel X terhadap Y.

Tabel 4.21

Model Summary X4 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.418 ^a	.175	.169	4.168

a. Predictors: (Constant), OMSET

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Tabel 4.22

Model Summary X4, Y, Z

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.536	3.115

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.536	3.115

a. Predictors: (Constant), OMSET PK , PK, OMSET

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai R Square pada persamaan regresi pertama 0,175 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y. Setelah adanya variabel Z pada persamaan regresi kedua, nilai R Square tersebut meningkat menjadi 0,545 atau 54,5%.. Maka dapat dikatakan bahwasanya “**Hipotesis diterima**”. Sehingga dapat keberadaan variabel Z sebagai variabel moderasi dapat memperkuat atau meningkatkan variabel X terhadap Y.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Analisis data Kualitatif

Pada analisis data kualitatif ini berkaitan dengan bagaimana Pengelolaan Kantin Kejujuran di UNISMA dengan referensi kuesioner yang sudah disebarakan kepada pembeli kantin kejujuran dengan hasil yang paling berpengaruh terhadap perilaku pembelian yaitu produk yang telah diberikan kepada pembeli.

4.2.1.1 Data Informan Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang

Penjual pada penelitian ini sebagai narasumber atau informan sebanyak 5 orang, dengan identitas sebagai berikut:

a. Laili Alfiah Ramadhani

Fia adalah mahasiswa UNISMA, fakultas Agama Islam Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtida'iyah. Fia berdagang kurang lebih 6 bulan. Barang yang dijual yaitu sosis solo kriuk produk tersebut di produksi sendiri.

Biasnya ia meletakkan barang dagangannya di kantin kejujuran gedung B dan hateco, yang di tata dalam *box* dan dalam *box* menyimpan uang pembayaran dan tulisan harga. Fia melakukan usaha ini sendiri. Rp. 100.000,- modal awal usahanya, dengan motivasi untuk menambah uang saku. Ia memilih di kantin kejujuran karena mudah, tidak perlu ditunggu sehingga tidak mengganggu kuliah.

Dalam berdagang di kantin kejujuran itu tidak mudah melainkan ada banyak resiko diantaranya pembeli tidak membayar jajannya, hal ini diatasi oleh penjual yaitu menanyakan kepada penjual lain, apakah ada kelebihan uang atau tidak. Dalam menjual jajan di kantin kejujuran mendapatkan keuntungan 30% dalam perharinya, apabila barang laku dan ada uang didalam kotak. Makna kantin kejujuran di UNISMA bagi fia adalah sebagai usaha yang efektif digunakan mahasiswa yang ingin mencari uang tanpa membayar sewa tempat sekaligus untuk belajar jujur.

b. Ahmad Nasori

Nasori adalah mahasiswa UNISMA, fakultas peternakan jurusan peternakan. Nashori berdagang kurang lebih 3,5 tahun. Produk yang dijual yaitu tahu bakso krispi, piscook, roti, risol dan mayo. Bukan hanya jajanan itu tapi masih banyak seadanya secara bergantian. Produk tersebut di produksi sendiri dan sebagian mengabil dari orang lain.

Biasanya ia meletakkan barang dagangannya di kantin kejujuran gedung B dan gedung F dengan di tata dalam *box* dan terdapat penyimpan uang pembayaran dan tulisan harga. Nashori melakukan usaha kantin kejujuran ini sendiri nasori melakukan semuanya sendiri hanya sebagian dibantu oleh orang lain. Rp. 300.000,- adalah modal awal mengembangkan usaha. Nashori mendapat dorongan untuk berjualan di kantin kejujuran untuk dapat menambah uang saku. Ia memilih di kantin kejujuran karena ada peluang berjualan dan letaknya strategis dekat dengan konsumen, kantin kejujuran merupakan pilihan bagi mahasiswa yang malas karena jauh dari KOPMA ataupun kantin.

Dalam berdagang di kantin kejujuran itu tidak mudah melainkan ada banyak resiko diantaranya pembeli tidak membayar jajannya, hal ini diatasi oleh penjual dengan menegur dan menagih apabila tau orangnya, apabila tidak mengetahui orangnya dianggap shodaqoh. Dalam menjual jajan di kantin kejujuran mendapatkan keuntungan 100.000 dalam perharinya, apabila barang laku dan ada uang didalam kotak. Makna kantin kejujuran di UNISMA bagi Nasori adalah sebagai

usaha yang sangat menarik karena dapat membantu untuk mengembangkan karakter mahasiswa.

c. Sinta Dwiyana

Sinta adalah mahasiswa UNISMA, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Jurusan Pendidikan Matematika. Sinta berdagang selama kurang lebih 7 bulan. Barang yang dijual yaitu molen dan roti goreng. Produk tersebut di beli dari orang lain.

Biasnya ia meletakkan barang dagangannya di kantin kejujuran gedung B lantai 5 dan 6, yang di tata dalam *box* dan dengan menyediakan gelas untuk wadah pembayaran. Dalam menjalankan usahanya, sinta menjalankan usaha dibantu temanya. Rp. 50.000,- adalah modal awal dalam usaha. Harga jual produnya sebesar Rp. 2.000,-. Sinta mendapat pengaruh untuk berjualan di yaitu untuk menambah uang saku. Ia memilih di kantin kejujuran karena mudah tidak perlu ditunggu, dan dekat dengan konsumen yang pasti tetap ada pemintanya.

Dalam berdagang di kantin kejujuran itu tidak mudah melainkan ada banyak resiko diantaranya pembeli tidak membayar jajannya, hal ini diatasi oleh penjual dengan cara menaikkan harga agar kembali dengan modal awal. Dalam menjual jajan di kantin kejujuran mendapatkan keuntungan 15.000 - 20.000 dalam perharinya, apabila barang laku dan ada uang didalam kotak. Makna kantin kejujuran di Universitas Islam Malang bagi Sinta adalah sebagai usaha yang sangat menarik karena

dapat membantu mahasiswa untuk menambah uang jajan, dan belajar berwirausaha dengan jujur.

d. Silvia Rahma

Silvia adalah mahasiswa UNISMA, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Jurusan Pendidikan Matematika. Silvia berdagang kurang lebih 1 bulan. Produk yang dijual yaitu tahu bakso dan risol ayam. Produk tersebut di beli dari orang lain.

Biasnya ia meletakkan barang dagangannya di kantin kejujuran gedung B lantai 3,4,5 dan 6, yang di tata dalam *box* dengan menyediakan kotak kecil untuk menyimpan uang pembayaran. Modal awal usahanya adalah kurang lebih Rp. 150.000,-. Harga jual produnya sebesarRp. 2.500,- Dorongan yang didapat Silvia untuk berjualan di kantin Kejujuran karena untuk menambah uang saku.

Dalam berdagang di kantin kejujuran itu tidak mudah melainkan ada banyak resiko diantaranya pembeli tidak membayar jajannya, hal ini diatasi oleh penjual dengan cara menutupi kerugiannya dari hasil penjualan. Resiko lain yang yang dialami oleh silvia yaitu teman hutang dan lama membayarnya. Dalam menjual jajan di kantin kejujuran mendapatkan keuntungan 15.000 - 20.000 dalam perharinya, apabila barang laku dan ada uang didalam kotak. Makna kantin kejujuran di Universitas Islam Malang bagi silvia adalah sebagai usaha yang sangat baik untuk bisa beramal dari hasil orang-orang yang tidak membaya dan bisa melihat karakter dan kepribadian seseorang.

e. Navila firdiani inanda

Fina adalah mahasiswa Universitas Islam Malang, Fakultas Agama Islam, Jurusan PAI. Fia berdagang kurang lebih 2 tahun. Produk yang dijual yaitu tahu bakso dan cilok. Produk tersebut di produksi sendiri.

Biasanya ia meletakkan barang dagangannya di kantin kejujuran gedung B lantai 3,4,5 dan 6, yang di tata dalam keranjang dan ia menyediakan toples yang bisa dibuka untuk menampung uang pembayaran. Dalam menjalankan usahanya, silvia melakukan usahanya dibantu teman. Kurang lebih Rp. 50.000,-. merupakan modal awal usahanya. Motivasi Fia berjualan di kantin Kejujuran adalah untuk menambah uang saku. Ia memilih berjualan di kantin karena mudah, tidak perlu ditunggu sehingga tidak mengganggu aktivitas kuliah.

Dalam berdagang di kantin kejujuran itu tidak mudah melainkan ada banyak resiko diantaranya pembeli tidak membayar jajannya, hal ini diatasi oleh penjual dengan cara menutupi kerugiannya dari hasil penjualan, jika tidak diketahui siapa yang tidak jujur maka fina menganggap shodaqoh yang terpenting balik modal sudah cukup. Resiko lain yang dialami oleh fina yaitu tempat jualan digeser penjual lain dan pernah hilang. Dalam menjual jajan di kantin kejujuran mendapatkan keuntungan Rp. 1.000.000,- selama 3 bulan, apabila barang laku dan ada uang didalam kotak. Makna kantin kejujuran di Universitas Islam Malang bagi fina adalah sebagai usaha yang sangat

baik karena untuk mengajarkan seberapa kejujuran diri kita terhadap diri sendiri pada hal-hal yang kecil.

4.2.1.2 Strategi Pengelolaan Omset Kantin Kejujuran Universitas Islam

Malang

1. Makna Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang

Makna kantin kejujuran menurut setiap informan pertama, yaitu makna kantin kejujuran di UNISMA sebagai usaha yang efektif digunakan mahasiswa yang ingin mencari uang tanpa membayar sewa tempat sekaligus untuk belajar jujur. Menurut Nashori Silvia dan Fina makna kantin kejujuran di UNISMA adalah sebagai usaha yang sangat baik menarik karena untuk bisa beramal dari hasil orang-orang yang tidak membayar dapat membantu untuk mengembangkan karakter mahasiswa. Sedangkan menurut Sinta makna kantin kejujuran di UNISMA sebagai usaha yang sangat menarik karena dapat membantu mahasiswa untuk menambah uang jajan, dan belajar berwirausaha dengan jujur.

Mahasiswa yang berjualan mengartikan kantin kejujuran di UNISMA terbentuk karena berdasarkan pengalaman langsung berjualan di kantin kejujuran. Hal ini sesuai dengan teori Fenomenologi *Stanley Deetz* yang menyatakan makna sesuatu tergantung dari apa kegunaan sesuatu dalam setiap individu. Dan pengetahuan berasal dari pengalaman secara langsung yang disadari.

2. Alasan Berjualan Pada Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang

Pada Alasan berjualan di kantin kejujuran UNISMA bagi fia silvia dan fina yaitu mudah, tidak perlu ditunggu sehingga dan tidak mengganggu aktivitas perkuliahan, pasti selalu ada konsumen, modal untuk berjualan juga tidak besar.

Menurut Nashori alasannya karena ada peluang berjualan walaupun adanya resiko yang akan ditanggung, karena letak kantin strategis dan sering dijangkau oleh mahasiswa, sehingga kantin kejujuran sebagai pilihan alternatif bagi mahasiswa yang malas karena jauh dari KOPMA, karena jaraknya jauh dari gedung perkuliahan.

Kemudian alasan Silvi berjualan di kantin kejujuran karena apabila silvi menitipkan barang dagangannya pada penjual lain belum tentu barang dagangannya di terima, jadi kantin kejujuran sebagai alternatif yang baik buat berwirausaha tidak perlu ditunggu dan tidak mengganggu aktivitas perkuliahan.

Dari berbagai alasan yang dikemukakan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya alasan pemilihan kantin kejujuran karena *pertama*, lebih mudah dan barang dagangannya tidak perlu ditunggu, tidak mengganggu waktu perkuliahan dan tidak memerlukan modal banyak. *Kedua*, dekat dengan konsumen merupakan nilai tambah bagi kantin kejujuran, *ketiga*, lebih

menguntungkan dari pada menipkan barang dagangannya pada penjual lain.

3. Motivasi Berjualan Pada Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang

Mahasiswa yang berjualan di kantin kejujuran ini memiliki dorongan yang sangat kuat dalam berwirausaha, dengan penyebab itu mahasiswa mendapatkan tujuannya. Motivasi adalah dorongan yang berasal dari pribadi seseorang dalam melakukan tindakan agar mencapai sesuatu yang diinginkan.

Dalam penelitian ini melihat data informan Fia, Nashori, Sinta Silvi dan fina mereka termotivasi berjualan karena terdapat kebutuhan ekonomi yang harus dipenuhi, Selain itu hanya untuk menambah uang saku dan mendalami ilmu berwirausaha. Dalam teori kebutuhan *Maslow* bahwa motivasi diri terdiri dari rangkaian kebutuhan, seperti kebutuhan yang paling rendah, kebutuhan fisik, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan yang tertinggi adalah kebutuhan aktualisasi diri.

Teori ini definisikan bahwa orang mendapatkan dorongan dengan cara yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini dari data informan mendapat dorongan karena kebutuhan fisik yaitu kebutuhan ekonomi.

4. Resiko dan Strategi Penanggulannya Pada Resiko Usaha Kantin Kejujuran Mahasiswa Universitas Islam Malang

Dari penelitian yang sudah dilakukan, resiko yang alami mahasiswa berjualan di kantin kejujuran yaitu, ketidakjujuran, hutang dan kerusakan produk. Resiko tersebut termasuk dalam resiko yang tidak disengaja karena atau murni.

Resiko harus dihadapi bukan dihindari. Setiap resiko pasti bernilai positif atau negatif. Upaya dalam menanggulangi resiko ini harus selalu dilakukan, agar tidak menimbulkan kerugian yang sangat besar. Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman dalam surat Al-Hasyr ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Hasyr ayat 18).

Berdasarkan penelitian ini cara menanggulangi resiko yang alami oleh mahasiswa yang berjualan di kantin kejujuran UNISMA adalah:

a. Resiko Ketidakjujuran

Resiko ketidakjujuran resiko yang terjadi tidak sengaja, resiko tersebut merupakan resiko murni yaitu kerugian, dan resiko tersebut dapat dialihkan. Resiko ketidakjujuran adalah resiko utama yang pasti akan di hadapi oleh pedagang di. Resiko

ketidakjujuran ini bisa terjadi karena terdapat peluang melakukan ketidakjujuran yang besar dengan melihat barang dagangannya yang tidak dijaga

Pedagang pada kantin kejujuran merupakan resiko yang cukup sulit menyangkut karakter atau pribadian manusia. Menurut Nasori tindakan tersebut sudah biasa, nashori hanya menghadapi dengan bersabar. Setelah lama berjualan ternyata tidak cukup hanya mendoakan akan tetapi juga memperingatkan pembeli agar jujur dalam melakukan pembelian, dalam hal ini juga di lakukan fia dalam mengingatkan temannya yang lama belum membayar dagangannya.

Memberi peringatan yang dilakukan Nashori dan Fia sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Az-Zariyat ayat 55 dan surat Al Imran ayat 104 yang berbunyi:

وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ

Artinya: Dan tetaplah memberi peringatan, karena sesungguhnya peringatan itu bermanfaat bagi orang-orang yang beriman. (QS. Az-Zariyat ayat 55)

Ayat ini menjelaskan bahwa memberi peringatan pada hal yang baik, akan memberikan manfaat bagi orang muslim. Begitupula kepada mahasiswa yang membeli pada kantin kejujuran di UNISMA dengan peringatan akan menyadari akan kesalahannya.

b. Resiko salah menempatkan uang pembayaran

Resiko tersebut terjadi tanpa disengaja dan bisa dialihkan, resiko tersebut merupakan resiko murni. Menurut fia menyatakan bahwa apabila menghadapi resiko pembeli yang salah meletakkan uang pembayaran, karena pembeli belum mengetahui terkait prosedur pembelian di kantin kejujuran di UNISMA yang terdapat banyak penjual dalam satu etalase, dan tidak semua pedagang menyediakan kotak untuk tempat pembayaran.

Dalam hal ini fia menanggulangi resiko dengan cara memberi tahu pedagang lain agar menyediakan tempat uang pembayaran dan menanyakan kepada penjual lain, apakah ada kelebihan uang atau tidak. Bagi penjual sendiri harus berani menghadapi resiko, dan mencari masalah demi mempertahankan usaha kantin kejujuran tetap ada.

4.2.2 Analisis Kuantitatif

4.2.2.1 Pengaruh Kantin Kejujuran Terhadap Perilaku Pembelian

Hipotesis penelitian yang pertama adalah fasilitas, produk, keputusan pembelian dan omset secara simultan atau bersama berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian pada kantin kejujuran di UNISMA. Hasil pengujian secara simultan didapatkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,536 > 2,43$) atau $sig F < 5\%$ ($0,000 < 0,05$) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan secara simultan dengan perilaku pembelian (Y) artinya bahwa fasilitas, produk, keputusan pembelian dan omset pada kantin kejujuran Universitas Islam Malang

sudah memenuhi harapan kepada pembeli sehingga memberi kesan yang positif terhadap fasilitas yang diberikan.

4.2.2.2 Pengaruh Variabel Kantin Kejujuran terhadap Variabel Perilaku Pembelian dengan Pembelajaran Konsumen Sebagai Variabel Moderasi

Pembelajaran konsumen pada penelitian ini mengarah pada pengimplementasian kantin kejujuran yang saat ini terjadi, yaitu menumbuhkan sikap jujur terhadap diri sendiri ataupun orang lain. Menanamkan sifat jujur ini sangat penting karena berkembang atau tidaknya usaha kantin kejujuran itu tergantung pada pembelinya. Dalam Al-Qur'an di jelaskan bahwasanya akhlak yang baik adalah berkata yang benar atau jujur. Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (70) يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَعُزِّرْكُمْ
ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا (71)

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.
(Al-Ahzab: 70-71)*

Pada *Tafsir jalalain* dijelaskan bahwa perkataan yang benar adalah perkataan yang tidak menyalahi. Niscaya Allah memperbaiki bagi kalian amal-amal kalian yakni Dia menerimanya dan mengampuni bagi kalian dosa-dosa kalian. Siapa yang menaati Allah dan Rasul-Nya, maka

sesungguhnya ia telah mendapatkan kemenangan yang besar yaitu dia telah memperoleh apa yang paling didambakannya.

Perintah Allah SWT tersebut mengenai perilaku tersebut (akhlak mahmudah) yakni jujur harus kita tanamkan pada diri sendiri dengan mengucapkan perkataan dan perbuatan yang benar sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW. Jujur juga menjadi kewajiban yang sepatutnya kita lakukan dengan penuh tanggung jawab.

Hasil penelitian pada pembelajaran konsumen sebagai variabel yang memoderasi hubungan variabel Fasilitas, Produk, Keputusan Pembelian dan Omset terhadap perilaku pembelian sebagai berikut:

a. Hubungan antara Variabel Fasilitas (X1) terhadap Perilaku Pembelian (Y) dengan Pembelajaran Konsumen (Z)

Hasil dalam penelitian ini, menunjukkan hubungan antara variabel Fasilitas (X1) terhadap Perilaku Pembelian (Y) terdapat R Square sebesar 0,104 atau 14,0%, Sedangkan apabila terdapat variabel Pembelajaran Konsumen (Z) sebagai variabel moderating sebesar 0,444 atau 44,4%. Hal ini menunjukkan bahwasanya variabel Pembelajaran Konsumen yang memoderasi hubungan antara Fasilitas (X1) terhadap Perilaku Pembelian (Y) adalah diperkuat dan dapat diterima. Kantin Kejujuran membuktikan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh terhadap perilaku pembelian dilihat dari kebersihan kantin, kenyamanan kantin sehingga pembeli merasa puas dalam pembeliannya.

Menurut Tjiptono (2006) desain dan tata letak jasa erat kaitannya dengan membentuk persepsi pelanggan artinya apabila pembeli memberikan kesan positif maka akan mempengaruhi perilaku pembelian pada kantin kejujuran di Universitas Islam Malang. Dengan demikian dapat diartikan bahwa pembeli merasa puas atas fasilitas yang diberikan oleh para pengelola kantin kejujuran di Universitas Islam Malang. Adapun menurut perspektif islam tentang fasilitas adalah firman Allah SWT yang artinya:

Dan tuhanmu mewahyukan kepada lebah: “Buatlah sarang-sarang di bukit-bukit, di pohon-pohon kayu, dan di tempat-tempat binaan manusia”, kemudian makanlah dari tiap macam buah-buahan dan tempuhlah jalan Tuhanmu yang telah dimudahkan (bagimu). Dari lebah itu ke luar minuman madu yang bermacam-macam warnanya, didalamnya terdapat obat yang menyembuhkannya bagi manusia. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat kebesaran tuhan bagi yang memikirkannya.

Pada ayat tersebut menerangkan bahwa lebah bisa menjadi media atau alat bagi orang-orang yang berfikir untuk mengenai kebesaran Allah SWT yang pada gilirannya akan meningkatkan keimanan dan kedekatan (taqarrub) seseorang hamba kepada Allah SWT. Ayat ini juga didukung oleh QS. Al-Isra’ ayat 84:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرُبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya: Katakanlah “Tiap-tiap orang yang berbuat menurut keadaannya masing-masing”. Maka temukanlah lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. (QS. Al-Isra’ ayat 84)

Pada tafsir jalalain di jelaskan bahwa (Katakanlah” Tiap-tiap orang) diantara kami dan kalian berbuatlah dalam keadaan masing-

masing yakni menurut caranya sendiri-sendiri maka Allah SWT lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya maka dia akan memberikan pahala kepada orang yang lebih benar jalannya. Dari ayat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwasanya berbuat baik dengan cara kita sendiri seperti memberikan fasilitas yang baik dan nyaman kepada pelanggan dan Allah SWT maha mengetahui atas jalan yang baik dan benar.

b. Hubungan antara Variabel Produk (X2) terhadap Perilaku Pembelian (Y) dengan Pembelajaran Konsumen (Z)

Hasil dalam penelitian ini, menunjukkan hubungan antara variabel Produk (X2) terhadap Perilaku Pembelian (Y) terdapat R Square sebesar 0,135 atau 13,5%, Sedangkan apabila terdapat variabel Pembelajaran Konsumen (Z) sebagai variabel moderating sebesar 0,432 atau 43,2%. Hal ini menunjukkan bahwasanya variabel Pembelajaran Konsumen yang memoderasi hubungan antara Produk (X2) terhadap Perilaku Pembelian (Y) adalah memperkuat dan dapat diterima. Kantin Kejujuran membuktikan bahwa produk mempunyai pengaruh terhadap perilaku pembelian dilihat dari dagangannya yang bermacam-macam, berupa tahu bakso, pisco, aneka kue dan risol, sehingga mampu menarik pembeli.

Menurut Kotler dan Keller terjemahan Bob Sabran (2012) mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pemasar untuk memuaskan suatu keinginan atau keinginan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti,

organisasi, informasi dan ide. Selain itu Buchari Alama (2013) juga mendefinisikan terkait dengan produk merupakan seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer) dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwasanya produk merupakan segala sesuatu baik yang berwujud maupun tidak berwujud yang tidak ditawarkan kepada pemasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau pemenuhan kepuasan keinginan konsumen. Dengan demikian dapat diartikan bahwa pembeli sudah merasa puas atas produk yang diberikan kepada pengelola atau penjual pada kantin kejujuran di Universitas Islam Malang. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam surah Al-Baqarah 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan: karena syaitan itu musuh yang nyata baginya. (QS. Al-Baqarah 168)

Dalam Tafsir *Ayatul Ahkam* dijelaskan bahwa Allah memerintahkan untuk memakan segala apa saja yang di bumi, baik itu yang ada di darat maupun di laut dan udara. Namun yang boleh dimakan ialah yang toyyib (bagus, bergizi) baik itu binatang maupun

tumbuh-tumbuhan, dikuatkan dalam tafsir Ibnu Katsir dijelaskan bahwasanya *toyyib* itu adalah makanan yang baik untuk tubuh dan tidak merusak badan maupun pikiran, dan makanan yang halal dibagi menjadi dua yaitu halal zatnya dan halal dalam cara mendapatkannya. Sebaliknya Allah SWT melarang hambanya agar tidak memakan makanan yang haram, baik dalam zatnya kecuali dalam keadaan terpaksa atau haram cara mendapatkannya. Dalam hal tersebut dapat disimpulkan bahwasanya sebagai umat muslim berikan yang terbaik dalam diri kita sendiri maupun orang lain, baik dalam segi dunia maupun akhiratnya.

c. Hubungan antara Variabel Keputusan Pembelian (X3) terhadap Perilaku Pembelian (Y) dengan Pembelajaran Konsumen (Z)

Hasil dalam penelitian ini, menunjukkan hubungan antara variabel Perilaku Pembelian (X3) terhadap Perilaku Pembelian (Y) terdapat R Square sebesar 0.114 atau 11,4%, Sedangkan apabila terdapat variabel Pembelajaran Konsumen (Z) sebagai variabel moderating sebesar 0,510 atau 51,0%. Hal ini menunjukkan bahwasanya variabel Pembelajaran Konsumen yang memoderasi hubungan antara Keputusan Pembelian (X3) terhadap Perilaku Pembelian (Y) adalah memperkuat dan dapat diterima. Kantin Kejujuran membuktikan bahwa Keputusan Pembelian mempunyai pengaruh terhadap perilaku pembelian dilihat dari banyaknya pembeli dalam pembeliannya. Hal ini bisa disebabkan oleh

pembeli yang kebanyakan memperhatikan fasilitas dan produk yang dijual, hal ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh pembeli pada kantin kejujuran di Universitas Islam Malang. Menurut Kotler & Armstrong (2001) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen itu benar-benar membeli. Jadi dapat disimpulkan bahwasanya semakin banyak pengambilan keputusan pembelian semakin pula banyak pembeli yang berminat. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam surah An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِيَعَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: "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 SWT adalah maha penyayang kepadamu". (QS. An-Nisa' ayat 29).

Dalam ayat tersebut dapat disimpulkan bahwasanya dalam memutuskan pembelian dilakukan dengan cara suka sama suka antara penjual dan pembeli, hal itu juga harus diterapkan pada kantin kejujuran di UNISMA.

d. Hubungan antara Variabel Omset (X2) terhadap Perilaku Pembelian (Y) dengan Pembelajaran Konsumen (Z)

Hasil dalam penelitian ini, menunjukkan hubungan antara variabel Omset (X4) terhadap Perilaku Pembelian (Y) terdapat R Square sebesar

0,175 atau 17,5%, Sedangkan apabila terdapat variabel Pembelajaran Konsumen (Z) sebagai variabel moderating sebesar 0,545 atau 54,5%. Hal ini menunjukkan bahwasanya variabel Pembelajaran Konsumen yang memoderasi hubungan antara Omset (X4) terhadap Perilaku Pembelian (Y) adalah memperkuat dan dapat diterima. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa omset berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian, hal ini bisa disebabkan oleh pembeli yang memperhatikan fasilitas dan produk yang dijual, dan semakin bertambahnya dalam melakukan keputusan pembelian maka semakin bertambah pula omset dalam penjualannya yang dilakukan oleh pembeli pada kantin kejujuran di Universitas Islam Malang. Menurut Swasta (2000) penjualan sendiri mempunyai tiga tujuan salahsatunya yaitu mendapatkan laba. Jadi dapat disimpulkan bahwasanya semakin banyak pengambilan keputusan pembelian semakin pula banyak omset yang didapat. Rasulullah SAW bersabda yang artinya :

“Dalam berdagang tidak ada batas dalam masalah keuntungan karena itu termasuk rizki dari Allah SWT yang memberikan banyak rizki kepada manusia, dan dalam hal menambah harga dalam perdagangan diperbolehkan dengan syarat tidak keluar dengan harga normal”.

Dalam hal ini, pedagang diperbolehkan dalam mengambil keuntungan sebesar-besarnya dengan cara mereka sendiri, yang paling terpenting tidak menyalahi aturan dalam agama.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data kualitatif dan kuantitatif yang telah dilakukan, kesimpulan dapat dibuat:

1 Dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam mengelola kantin kejujuran di UNISMA yang dilakukan, yaitu:

- Makna kantin kejujuran UNISMA bagi mahasiswa yang berjualan adalah dengan modal awal yang kecil dan tidak perlu ditunggu, sekaligus sebagai media belajar berwirausaha dan melatih kejujuran
- Alasan Berjualan Kantin Kejujuran
Pertama, barang dagangan tidak perlu ditunggu dan lebih mudah. *Kedua*, Konsumen dekat, sehingga dapat menjadi nilai tambah bagi penjual. *Ketiga*, lebih untung karena barang dagangannya tidak ditipkan pada penjual lain.
- Motivasi Berjualan di Kantin Kejujuran bagi mahasiswa yang berjualan adalah karena faktor ekonomi dan ingin belajar berwirausaha dalam menghadapi resiko.
- Analisis strategi yang dilakukan mahasiswa untuk mengatasi yang dihadapi dalam mengelola omset yaitu, *pertama*, resiko ketidakjujuran memberi peringatan pada pembeli. *Kedua*, untuk mengatasi resiko salah menempatkan uang pembayaran dengan cara memberitahu agar penjual lain agar menyediakan tempat uang pembayaran, dan menanyakan

kepada penjual lain, apakah terdapat kelebihan uang atau tidak dan memberi tahu pembeli atau dijelaskan prosedur membayar dan menempatkan uang pembayaran di masing-masing tempat yang disediakan.

2. Berdasarkan hasil uji F Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan bersama-sama antara variabel Fasilitas (X1), Produk (X2), Keputusan Pembelian (X3) dan Omset (X4) terhadap kantin kejujuran. Sedangkan Berdasarkan hasil uji moderating Kantin Kejujuran sebagai variabel independen terhadap Perilaku Pembelian sebagai variabel dependen dengan Pembelajaran Konsumen sebagai variabel moderating, terdapat pengaruh dan dapat memperkuat variabel X, sehingga dapat disimpulkan bahwasanya variabel moderating dapat diterima. Dan terdapat nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,458 artinya bahwa kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen sebesar 45,8%. Sedangkan 54,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan saran yaitu:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mencari faktor lain yang menjadi sebuah perilaku pembelian, karena kekurangan penelitian ini hanya membahas pengaruh fasilitas, produk, keputusan pembelian dan omset. Dibuktikan keempat menunjukkan 0,221 atau 22,1%. Menunjukkan kemampuan menjelaskan bahwa variabel independen Fasilitas (X1),

Produk (X2), Keputusan Pembelian (X3) dan Omset (X4) terhadap variabel Etika Pembelian sebesar 45,8%, sedangkan sisanya 54,2% dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam modal. Hal ini seiring dengan perkembangan zaman banyak faktor lain yang dapat memberikan pengaruh lebih besar dan fenomena yang lebih menarik dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian selanjutnya.

2. Dengan adanya resiko salah menempatkan uang pembayaran karena pembeli bingung terkait prosedur pembelian kantin sebaiknya semua penjual menyediakan tempat penyimpanan khusus, perlu adanya sosialisasi antara sesama penjual di kantin kejujuran. Dalam hal ini agar tidak terjadi saling merugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham H, Maslow. (2010). *Motivation and Personality*. Jakarta: Rajawali.
- Abu Bakar Ahmad Ibn al-Husayn Ibn 'Ali al-Bayhaqiy (Selanjutnya disebut al-Bayhaqiy, Sunan), Sunan al-Bayhaqiy. *al-Maktabah al-Syâmilah*. Juz 2, h. 472. Surabaya.
- Al-Qur'an al-karim dan terjemah.
- Ash-Shabuni, M. Ali., *Tafsir Ayatul Ahkam Ash-Shabuni (Rawa'i Al-Bayan Tafsir Ayat Al-Ahkam min Al-Qur'an)*, Jilid 1, h. 110. Surabaya.
- Atika, Nyimas. (2016). *Pengaruh Pelaksanaan Kantin Kejujuran Dalam Membentuk Akhlak Siswa di SDN 114 Palembang*, Palembang.
- Buchari Alma (2010). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Tengah. 2010. *Pedoman Penyelenggaraan Kantin Kejujuran Provinsi Jawa Tengah*. Semarang: Dinas Pendidikan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah.
- Gurning, Mudjiman, Haryanto. (2018). *Implementasi Pendidikan Antikorupsi Melalui Warung Kejujuran di SMP Keluarga Kudus*, Kudus.
- Ghozali, Imam (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi-8*, Kudus: Universitas Diponegoro.
- (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi-9*, Kudus: Universitas Diponegoro.
- Hanafi.M.M. 2009. *Manajemen Resiko*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Handoyo, Ibnu. (2016). *Jual Beli Pada Kantin Kejujuran Dalam Prespektif Ekonomi Islam*. Skripsi (Publikasi). Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jurai Siwo Metro.
- Hartatik, Yulianti (2014) *Implementasi Pendidikan Karakter di Kantin Kejujuran*. Malang: Gunung Samudera
- Imam Jalaludin dan as-Suyuti. *Tafsir Jalalin*. Juz 2, h. 112. Surabaya
- . Juz 1, h. 234. Surabaya

- Masyhuri dan Asnawi, Nur. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Malang Press.
- Masyhuri, M.,(2007). *Model pengembangan sektor pariwisata alam (agro eco tourism)*. Agritek. ISSN 0852 5426. HALAMAN 960-969. (jurnal terkreditasi nasional)
URL: <http://gudangsurat.unisma.ac.id/index.php/s/DftnqeDVPppCwl0>
- Masyhuri, M.,(2007-Nopember-edisi Khusus). *Analisis deskripsi permintaan dan penawaran sektor pariwisata dan lingkungan*. Agritek-jurnal terakreditasi nasional.ISSN 0852-5426 HAL.;197-202.
URL:<http://gudangsurat.unisma.ac.id/index.php/s/DvIZGuAnxSyGvre>
- Masyhuri, M.,(2015).“**OPTIMALIZATION OF CASSAVA DISTRIBUTION AND MARGINAL AREA USAGE FOR SUPPORTING FOOD ENDURANCE**.International journal of Applied Engineering Research Editor-in-Chief. Prof.Ir.Dr.Mohd Sapuan Salit. RIP Research India Publications [http://www. Ripublication.com](http://www.Ripublication.com). VOL.10 NUMBER 1, 2015.ISS 0973-4562.Username: IJAER.Pasward:IJAER*665#RIP.
- Masyhuri, M.,(2019). *Empowerment of Small Businesses through The Implementation of Qardhul Hasan Financing*. [htt://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/jсед/article/view/1077](http://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/jсед/article/view/1077).
- Masyhuri, M.,(2020).*Optimization of Cassava-Based Non Rice Food Development Using Funds Stimulation of Qardhul-Hasan Transactions*. Management and Economics Journal (MEC).E-ISSN: 2598-9537 P-ISSN: 2599-3402.Journal Home Page: <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/mec>.Volume 4 Number 1, April 2020
- Muhammad Djakfar (2012) *Etika Bisnis*, Jakarta: Penebar Pluss
- Muhyuddin an Nawawi, Imam. 2013. *Matan Hadits Arba'in an-Nawawi*. Solo: Insan Kamil
- Nur Azizah, Siti. (2018). *Strategi Usaha Kantin Kejujuran Mahasiswa UIN Walisongo Semarang*. Skripsi (Publikasi). Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

- Pandhi, Risti. (2018). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha Untuk Peningkatkan Pendapatan Menurut Etika Bisnis Islam (Study Kasus Pada Rumah Makan Bayu Berkah Bahari di Kota Depok)*, Depok.
- Prianti, Desi Dwi. (2017). *Petunjuk Praktis Cara Melakukan Penelitian Fenomenologi (part 2)*
- Ratnasari, Dewi. (2018). *Implementasi Pendidikan Antikorupsi Melalui Kantin Kejujuran di SMP Negeri 1 Galur*, Yogyakarta
- Robbins. Stephen P (2007). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Indeks
- Sugiyono, S. (2003). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV Alfabetha
- Sugiyono, S. (2017). *Memahami Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV Alfabetha
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, . Bandung: CV Alfabetha
- Sumarwan, U. (2002). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia



LAMPIRAN

Lampiran – 1

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Ana Lumhatul Fauziah
Tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk, 31 Juli 1998
Alamat Asal : RT.006/ RW.002 Dusun. Blongko Desa. Blongko
Kecamatan. Ngetos Kabupaten. Nganjuk
Alamat Malang : Jln. Raya Sumbersari No. 88 RT.002 RW.001
Kecamatan. Lowokwaru Malang (Lembaga Tinggi
Pesantren Luhur Malang)
Telpon /WA : 085334914300
E-mail : analumhatulfauziah@gmail.com
Facebook : Ana Lumhatul Fauziah

Pendidikan Formal

2002 - 2004 : TK Dharmawanita Blongko
2004 - 2010 : SDN Klodan II
2010 - 2013 : SMPN 2 Ngetos
2013 - 2016 : MAN Denanyar Jombang
2016 - 2020 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Malang

Pengalaman Organisasi

2018 - 2019 : Bendahara Santri Of UIN Luhur (SOUL)
2018 - 2019 : Bendahara Forum Kajian Fiqih LTPLM
2019 - Sekarang : Ketua ORDA BANGKIT Plat AG LTPLM
2019 - Sekarang : Ketua Jamiyah Qurro' Wal Huffadz LTPLM
2019 - Sekarang : Majelis Santri LTPLM

Lampiran 2- Lembaran Kuesioner

Kuesioner: Pengaruh Kantin Kejujuran Terhadap Perilaku Pembelian dengan Pembelajaran Konsumen Sebagai Variabel Moderasi (Study Kasus: Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang

**KUESIONER PELANGGAN KANTIN KEJUJURAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

Angket ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kejujuran pelanggan Kantin Kejujuran di Universitas Islam Malang. Saya mengharapkan kerjasama untuk mengisi atau menjawab setiap persyaratan yang diajukan di dalam angket, atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Identitas Responden

- a. Nama : _____
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- c. Umur : _____ (Tahun)
- d. Pekerjaan :

Mohon diberi tanda (√) pada jawaban yang tepat:

e. Pengeluaran Per bulan :

- < Rp. 1.000.000 Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000
- Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000 > Rp. 2.000.000

f. Pernah melakukan pembelian selama:

- < 3 kali 5 kali – 10 kali
- 3 kali – 5 kali >10 kali

KUESIONER PENELITIAN

Berilah jawaban berikut sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberi tanda centang (√) pada kolom yang tersedia.

- 1 = Sangat tidak setuju 4 = Setuju
 2 = Tidak setuju 5 = Sangat Setuju
 3 = Netral

Kantin Kejujuran (X)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Fasilitas (X1)						
1	Fasilitas kantin Kejujuran yang memadai					
2	Kesesuaian fasilitas dan kebutuhan mahasiswa					
3	Kantin Kejujuran dikelola dengan bersih					
4	Kantin memberikan fasilitas yang nyaman					
5	Keberadaan kantin kejujuran memenuhi kebutuhan mahasiswa					
Produk (X2)						
1	Harga produk makanan sangat terjangkau					
2	Kualitas produk mengalahkan produk makanan lainnya					
3	Label halal mempengaruhi keputusan pembelian					
4	Produk makanan dapat memenuhi kebutuhan mahasiswa					
5	Wadah produk mempengaruhi keputusan pembelian					
Keputusan Pembelian (X3)						
1	Anda memutuskan untuk membeli produk karena kualitas produk					
2	Letak kantin kejujuran mudah dijangkau					
3	Harga yang diberikan sesuai dengan mahasiswa dan staf unisma					
4	Promosi produk di kantin kejujuran mempengaruhi keputusan pembelian					
5	Pengelola kantin bersikap ramah dan memberi informasi					

Omset (X4)						
1	Perilaku pembelian mahasiswa memberikan dampak pada kantin kejujuran					
2	Perolehan pendapatan kantin kejujuran ditentukan oleh perilaku konsumen					
3	Perolehan pendapatan kantin kejujuran ditentukan oleh jumlah konsumen					
4	Penghasilan kantin kejujuran dipotong dengan bagi hasil					
5	Kantin kejujuran memiliki penghasilan sesuai dengan target					

Perilaku Pembelian (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya melakukan pembelian pada kantin kejujuran karena saran dari teman					
2	Orang-orang disekitar mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian pada kantin kejujuran					
3	Gaya hidup mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian pada kantin kejujuran					
4	Kesamaan budaya mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian					
5	Kelasa sosial mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian pada kantin kejujuran					
6	Saya melakukan pembelian karena produk dapat di nikmati oleh berbagai usia					
7	Kondisi keuangan saya sesuai harga yang ditawarkan pada kantin kejujuran					
8	Pendapatan atau budget sangat mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian pada kantin kejujuran					

9	Gaya hidup praktis mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian pada kantin kejujuran pada kantin kejujuran					
10	Saya melakukan pembelian pada kanti kejujuran karena pengalaman sebelumnya					
Pembelajaran Konsumen (Z)						
1	Kejujuran sangat penting diterapkan dalam bisnis khususnya pada kantin kejujuran					
12	Saya melayani diri sendiri dengan jujur					
13	Apabila saya merusak barang pada kantin kejujuran, maka saya harus menggantinya					
14	Saya tidak merasa memiliki sesuatu, apabila bukan miliknya					
15	Kantin kejujuran dapat meltih saya dalam melakukan kejujuran					

Lampiran 3-Hasil Kuesioner

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Aldama	P	21	Mahasiswa
2	Sulastri	P	19	Mahasiswa
3	Varianta Java YM	P	22	Mahasiswa
4	Nurul Muawana	P	21	Mahasiswa
5	Lamyza zulfiana	P	21	Mahasiswa
6	Chamidatul	P	21	Mahasiswa
7	Febby yuliana putri	P	19	Mahasiswa
8	Luluk Rofiatul Mafluhah	P	21	Mahasiswa
9	Muh hasbi assiddiki	L	21	Mahasiswa
10	Muhammad Maruf	L	20	Mahasiswa
11	Rifqotul	P	20	Mahasiswa
12	Atiqoh	P	20	Mahasiswa
13	Ririn Alfiatu Rohimah	P	20	Mahasiswa
14	Ayunda Serly	P	19	Mahasiswa
15	Mauludiya Luthfiana	P	22	Reseller
16	Akbar Muhammad	P	22	Mahasiswa
17	Glenn	P	19	Mahasiswa
18	Dian Hindhun	P	20	Mahasiswa
20	Siti Ni'matul Umah	P	20	Mahasiswa
21	Nur Aisyah	P	20	Mahasiswa
22	Leny septiani	P	21	Mahasiswa
23	Yusril	L	19	Mahasiswa
24	Umi latifah	P	22	Mahasiswa
25	Alan Dwi setiawan	L	21	Mahasiswa
26	Nur Moh Akbar ZS	L	23	Mahasiswa
27	Chusnatun Nisa	P	21	Mahasiswa
28	Shifanda vedarana	P	19	Mahasiswa
29	Andri Laksono	L	23	Mahasiswa
30	Fadholi	L	20	Mahasiswa
31	Muhammad munir	L	23	Mahasiswa
32	Nandica	P	22	Mahasiswa
33	Anwar Jazuli	L	19	Mahasiswa
34	Muhammad Mahfudi	L	19	Mahasiswa
35	Rifqia Auwaly Zulfaa	P	19	Mahasiswa
36	Zahra	P	21	Mahasiswa
37	Ismiyati	P	22	Mahasiswa
38	Muhammad Asyrofi	L	20	Mahasiswa
39	Zanuba Shohifatul Amalia	P	19	Mahasiswa
40	Laila Jannah	L	20	Mahasiswa
41	Wachidah Toyyibatun Nisa'	P	19	Mahasiswa
42	Nadia	P	22	Mahasiswa
43	Dian Mustafida	P	22	Mahasiswa
44	Laila Musthofa	P	20	Mahasiswa
45	M. Faizurrizqi Al-Farisi AD	L	21	Mahasiswa
46	Harilda	P	19	Mahasiswa

47	Yulia rachmawati	P	19	Mahasiswa
48	M. H. Nabel El Manar	L	21	Mahasiswa
49	Miftakhul Ulum	L	22	Mahasiswa
50	Dina	P	22	Mahasiswa
51	Sitti Dian Rahayu	P	21	Mahasiswa
52	Muhamad Irfan DK	L	22	Mahasiswa
53	Kismia	P	22	Mahasiswa
54	Mat Bahri	L	25	Mahasiswa
55	Fitri Wahyuni	P	18	Mahasiswa
56	Navila Firdiani Inanda	P	19	Mahasiswa
57	Agus	L	20	Mahasiswa
58	Husnul Chulukiyah	P	19	Mahasiswa
59	Hapidha	P	19	Mahasiswa
60	Salsabila Bernika Putri A	P	18	Mahasiswa
61	Yulia Putri	P	19	Mahasiswa
62	Novita Balqis	P	18	Mahasiswa
63	Hanin	P	19	Mahasiswa
64	Alizza Fikriyyah Wardani	P	21	Penjual susu
65	Nasukhah	P	23	Mahasiswa
66	Mifca Maulidia F	P	19	Mahasiswa
67	Wilda Nur Latifah	P	22	Mahasiswa
68	Hengki Vicky Wijaya	L	21	Mahasiswa
69	Novi	P	22	Mahasiswa
70	Umi Kholiliyah	P	19	Mahasiswa
71	Sarah	P	19	Mahasiswa
72	Lutfia Nurfaizah	P	19	Mahasiswa
73	Rania	P	19	Mahasiswa
74	Nursadila Senda	P	20	Mahasiswa
75	Moch. Nasrullah FM	L	23	Mahasiswa
76	Anisa	P	19	Mahasiswa
77	Tata	P	20	Mahasiswa
78	Mochammad Alfian Khoiron	L	19	Mahasiswa
79	Anggun	P	20	Mahasiswa
80	Ainun Nabila Wibianti	P	19	Mahasiswa
81	Erminawati	P	21	Mahasiswa
82	Farizka	P	20	Mahasiswa
83	Wahyu Akbar Firmansyah	L	21	Gojek Online
84	Siti Fatimah	P	24	Mahasiswa
85	Helwina Afkarina	P	21	Mahasiswa
86	fahmi	L	23	Mahasiswa
87	M. Alfi Faisal Rizza	L	21	Mahasiswa
88	Ghifari	L	22	Mahasiswa
89	Achmad Zamzami	L	21	Mahasiswa
90	Umma	P	20	Mahasiswa
91	Istna Muyassaroh	P	23	Mahasiswa
92	Riska A	P	22	Mahasiswa
93	Riski Dwi Elvianti	P	23	Mahasiswa
94	Idatul Faizati	P	21	Mahasiswa

95	Ayudhia AS	P	24	Mahasiswa
96	Afifatur Rodiyah	P	24	Guru Sukwan
97	Azizatur Rosyidah	P	19	Mahasiswa
98	Juhan Slamet hermanto	L	26	Mahasiswa
99	Yusuf Andi	L	22	Mahasiswa
100	M. Tanthowi Qodrir Ridlo	L	20	Mahasiswa
101	Dhurrotul Roaidha	P	22	Mahasiswa
102	Mahmud Fajar Priyanto	L	21	Mahasiswa
103	Abel Farochi	L	22	Dreamer
104	Salma Fahima	P	20	Mahasiswa
105	Krismala Fadriha	P	21	Mahasiswa
106	Ni'matul churiyah	P	22	Mahasiswa
107	Syntia Diyah Hayu RS	P	21	Mahasiswa
108	Nur Aini Rahmawati	P	22	Mahasiswa
109	Shimfiyah Izaniyah	P	21	Mahasiswa
110	Mukhammad Syamsudin	L	21	Gojek Online
111	Intan	P	22	Mahasiswa
112	Saadatun Nafiisah	P	21	Mahasiswa
113	Mohammad Nasihul Adlim	L	20	Mahasiswa
114	Heksni laksa berlian	P	22	Mahasiswa
115	Mhd Taufiq Akbar	L	21	Mahasiswa
116	Rohmatun nafisah	P	21	Mahasiswa
117	Firlana Asari S.	L	20	Mahasiswa
118	Zulfi Bella	P	21	Mahasiswa
119	Kholifah	P	21	Mahasiswa
120	Dea Melati	P	20	Mahasiswa
121	Sherly	P	20	Mahasiswa
122	Nadia Chotimatuz Zuhro	P	21	Mahasiswa
123	Anggi Try Febyanti	P	20	Mahasiswa
124	Lailatul Maghfiroh	P	20	Mahasiswa
125	Viki Amaliyah	P	21	Mahasiswa
126	Marina	P	20	Mahasiswa
127	Novita	P	20	Mahasiswa
128	Yenny zf	P	19	Mahasiswa
129	Evita Maifani	P	18	Mahasiswa
130	Amin Dwi Revita	P	22	Mahasiswa
131	Revina Petrika W	P	21	Mahasiswa
132	Intan Bunga Safitri	P	20	Mahasiswa
133	Layla Azyzatur Roviqoh	P	21	Mahasiswa
134	Intan.k	P	21	Mahasiswa
135	Wardatun Nabilah	P	24	Mahasiswa
136	Miqdad Kevin Ni'am	L	22	Mahasiswa
137	Mella Nur	Perempuan	20	Mahasiswa
138	Linda Zahrotul Ula	P	20	Mahasiswa
139	Siti Zulaicha Ayu Sekarsari	P	22	Mahasiswa
140	Dwi Adam Saputra	L	22	Mahasiswa
142	Ria Dwi Rahmawati Ashari	P	21	Mahasiswa
143	Alifia Zuhriatul A	P	19	Mahasiswa

144	Shinta Devy	P	20	Mahasiswa
145	Chairunnisa Vanidarisma	P	21	Mahasiswa
146	Aqila Rofidah	P	21	Mahasiswa
147	Yesi Setiani	P	21	Mahasiswa
148	Siti Uswatun Khasanah	P	20	Mahasiswa
149	Heni Setiawan	P	20	Mahasiswa
150	Novranti Aulia R	P	19	Mahasiswa
151	Ninda Eka Artha Mefia	P	19	Mahasiswa
152	Vina Salsabila	P	19	Mahasiswa
153	Surya Aji Zulmi	L	21	Mahasiswa
154	Bagus Kusuma	L	21	Mahasiswa
155	Thiya Fauziyah	P	20	Mahasiswa
156	Hamimah Istiqomah	P	23	Mahasiswa
157	Ika Mariani	P	23	Mahasiswa

Pengeluaran per bulan	Pernah melakukan pembelian selama
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	3 kali – 5 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	3 kali – 5 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
> Rp. 2.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	< 3 kali

< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	< 3 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
> Rp. 2.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
> Rp. 2.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	3 kali – 5 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	< 3 kali

< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	< 3 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	5 kali – 10 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
> Rp. 2.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
> Rp. 2.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali

Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
> Rp. 2.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	3 kali – 5 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	< 3 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
> Rp. 2.000.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	5 kali – 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali
< Rp. 1.000.000	> 10 kali

Fasilitas X1 dan Produk X2

Fasilitas (X1)						Produk (X2)					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
3	4	4	4	3	18	2	3	4	3	4	16
4	4	4	4	4	20	3	3	5	3	3	17
4	4	4	4	4	20	3	4	5	4	4	20
2	2	3	2	2	11	1	3	5	4	4	17
4	4	3	3	4	18	4	3	2	3	3	15
3	2	3	3	4	15	3	3	4	3	4	17
4	3	3	4	4	18	4	2	5	3	5	19
4	4	4	4	5	21	4	3	3	5	4	19
5	4	3	4	4	20	4	5	5	5	5	24
3	3	3	4	5	18	3	3	3	4	3	16
5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	4	24
5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	4	24
3	2	3	3	4	15	3	3	2	4	5	17
3	3	5	3	4	18	5	4	2	4	5	20
3	3	2	3	3	14	4	3	4	3	2	16
4	3	2	3	4	16	4	2	4	3	4	17
3	2	2	2	3	12	3	2	4	3	2	14
4	3	4	3	4	18	3	3	5	4	4	19
3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18
4	4	3	4	5	20	5	3	3	4	4	19
3	3	4	3	3	16	2	3	3	3	3	14
3	4	4	5	4	20	3	1	3	5	5	17
5	5	4	4	5	23	4	4	4	5	4	21
3	4	3	2	3	15	2	3	4	3	3	15
1	2	3	2	2	10	2	3	2	1	2	10
2	3	2	2	4	13	4	2	4	4	4	18
3	3	2	2	2	12	5	4	4	3	4	20
3	3	4	4	3	17	4	2	5	3	4	18
4	3	3	3	3	16	2	2	3	3	3	13
3	3	3	3	4	16	3	3	4	4	4	18
2	2	2	2	5	13	3	3	5	4	4	19
4	4	4	3	4	19	3	4	3	3	3	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
2	2	3	2	3	12	2	2	5	5	4	18
2	2	4	3	3	14	4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15
4	4	5	4	4	21	3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25	4	3	4	4	4	19

3	2	2	2	3	12	3	2	4	3	4	16
4	3	4	2	2	15	5	3	3	3	3	17
3	3	4	4	3	17	5	3	5	4	5	22
3	4	4	4	3	18	4	2	4	3	3	16
4	3	4	4	4	19	3	2	3	4	5	17
3	4	5	4	4	20	5	3	2	4	3	17
5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	4	22
5	4	4	4	3	20	4	3	5	3	4	19
4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	4	23
5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20	5	3	3	4	4	19
4	4	3	3	4	18	5	4	3	4	4	20
4	5	2	3	5	19	3	3	3	4	5	18
4	4	4	4	4	20	2	2	4	4	4	16
4	4	5	4	5	22	5	4	5	5	4	23
4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	4	18
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
4	4	3	4	5	20	4	3	3	4	3	17
2	4	1	1	3	11	3	3	5	4	3	18
2	3	2	4	4	15	4	3	5	4	5	21
5	4	5	5	5	24	4	3	5	5	3	20
4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	1	17
5	4	3	4	4	20	2	3	5	4	5	19
5	5	3	4	4	21	4	3	5	5	4	21
2	3	3	3	4	15	3	2	4	5	5	19
5	3	4	4	4	20	1	4	5	4	4	18
4	3	2	3	3	15	3	2	4	3	3	15
3	4	5	5	4	21	2	3	4	4	2	15
3	3	3	3	2	14	3	2	3	3	5	16
4	4	3	2	4	17	4	3	4	4	5	20
3	2	3	3	3	14	3	2	3	2	2	12
3	3	2	2	4	14	3	2	4	4	4	17
5	5	4	4	5	23	5	4	1	5	3	18
5	5	5	4	5	24	4	3	4	5	5	21
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	3	17	3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	4	17	4	4	4	5	3	20
3	4	5	3	4	19	4	4	3	3	3	17
4	4	3	4	4	19	2	3	4	4	5	18
3	3	4	4	3	17	2	3	5	3	3	16

5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	3	23
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	23	4	3	4	4	4	19
3	5	2	3	4	17	4	3	5	5	5	22
5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24
4	4	3	4	5	20	3	4	4	4	5	20
3	5	1	2	2	13	1	1	3	3	1	9
3	3	3	4	3	16	4	3	3	3	3	16
4	3	3	4	3	17	2	3	4	3	4	16
3	4	4	4	4	19	4	3	3	4	3	17
3	3	2	3	4	15	3	2	3	3	3	14
4	4	4	3	5	20	5	3	5	5	4	22
2	2	3	2	4	13	2	2	2	3	4	13
3	3	4	4	2	16	4	2	5	4	4	19
3	5	4	3	3	18	3	2	2	2	2	11
5	4	4	4	4	21	4	3	5	5	5	22
3	3	4	2	2	14	5	2	5	4	5	21
5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24
4	4	3	2	4	17	5	4	4	4	3	20
3	4	4	4	4	19	3	2	2	4	4	15
3	3	2	3	4	15	4	3	5	3	4	19
4	5	4	3	2	18	4	3	5	2	5	19
2	4	2	2	5	15	3	3	3	5	4	18
4	4	3	4	4	19	5	3	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25	5	3	3	4	3	18
4	4	5	4	5	22	5	5	3	5	3	21
3	3	4	4	3	17	4	3	5	4	4	20
2	2	3	2	4	13	4	3	3	4	3	17
4	4	3	4	3	18	3	2	3	4	3	15
5	4	4	5	4	22	3	4	5	5	4	21
3	5	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17
3	3	4	3	5	18	4	3	5	5	5	22
3	3	3	2	3	14	2	3	2	2	2	11
2	3	2	2	2	11	3	2	3	3	4	15
4	5	4	4	5	22	5	3	3	4	3	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	3	2	3	5	17	5	3	3	4	4	19
3	4	3	3	4	17	3	2	5	4	4	18
3	3	3	3	4	16	3	2	3	4	4	16
4	3	5	4	3	19	5	3	5	3	4	20
3	4	4	3	3	17	4	3	2	4	2	15

4	4	3	3	4	18	2	3	4	4	3	16
3	3	2	2	3	13	5	3	5	3	4	20
4	5	4	4	5	22	5	3	4	5	5	22
4	4	2	4	5	19	4	4	5	4	5	22
4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21
3	3	3	4	4	17	3	3	4	4	5	19
4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	18
3	3	3	3	3	15	2	3	4	4	4	17
4	4	4	4	4	20	4	3	5	5	5	22
4	5	5	4	4	22	3	3	5	4	4	19
4	3	3	3	3	16	3	3	5	3	5	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	3	21
3	2	1	1	3	10	4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	3	21
4	3	4	4	4	19	3	3	3	4	4	17
4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20	4	3	5	4	2	18
3	2	3	3	3	14	3	3	2	2	2	12
3	3	4	3	3	16	2	3	4	3	5	17
3	3	3	2	2	13	3	3	2	3	2	13
5	4	5	4	5	23	3	3	5	4	3	18
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
1	1	1	3	2	8	4	3	5	3	3	18
3	2	4	3	4	16	3	3	5	4	4	19
4	3	3	3	4	17	4	3	5	4	5	21
4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21	5	4	5	4	5	23
3	3	4	3	4	17	5	3	5	5	5	23
4	4	3	3	4	18	4	3	4	4	3	18
3	3	3	3	5	17	4	3	4	5	5	21
5	3	2	3	3	16	2	3	4	5	5	19
5	3	2	3	3	16	2	3	4	5	5	19
3	4	2	5	5	19	3	2	1	4	5	15
3	3	3	3	2	14	2	3	4	2	5	16
3	3	3	3	2	14	3	2	4	2	3	14
4	4	4	3	4	19	5	3	3	4	3	18
5	3	2	3	3	16	2	3	4	5	5	19

Keputusan Pembelian X3 dan Omset X4

Keputusan Pelanggan (X3)						Omset (X4)					
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total X4
3	5	2	4	4	18	4	4	4	4	3	19
4	4	3	4	3	18	3	4	4	3	4	18
4	5	3	3	2	17	5	5	5	5	4	24
3	4	2	4	2	15	4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20
3	4	2	2	2	13	3	4	4	3	3	17
5	5	4	3	5	22	5	5	5	3	3	21
3	5	4	5	4	21	4	5	5	3	3	20
3	4	5	4	3	19	4	4	4	4	3	19
3	5	3	3	3	17	3	4	3	3	3	16
5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21
5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21
5	4	3	3	4	19	4	4	5	3	3	19
5	5	5	2	3	20	5	5	5	3	3	21
2	4	3	2	2	13	3	3	3	2	3	14
3	4	4	4	2	17	4	4	4	3	3	18
2	3	3	2	2	12	3	3	3	3	3	15
4	4	3	3	3	17	3	5	4	3	3	18
4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	2	18
4	5	5	4	3	21	4	5	4	3	3	19
3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	3	15
5	5	5	3	5	23	2	5	5	3	4	19
4	5	5	5	4	23	4	4	5	4	5	22
3	2	3	4	4	16	4	3	3	3	4	17
2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	15
4	3	4	3	3	17	4	4	4	3	3	18
4	5	5	5	3	22	5	4	4	5	4	22
4	4	3	3	3	17	4	4	5	3	3	19
3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16
3	4	4	4	3	18	4	4	4	3	3	18
3	4	3	3	3	16	3	3	4	3	3	16
3	3	3	3	3	15	4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	3	3	3	17	5	5	5	3	4	22
3	5	4	4	2	18	4	4	5	4	3	20
3	5	3	2	2	15	5	4	4	2	3	18
3	5	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21

4	5	4	3	3	19	5	5	5	5	3	23
3	3	3	4	2	15	3	4	4	3	2	16
3	4	4	3	3	17	3	4	2	3	3	15
4	5	4	3	4	20	3	5	4	3	3	18
3	4	4	3	3	17	3	3	4	4	4	18
3	4	3	3	3	16	3	3	4	3	3	16
5	5	4	2	3	19	5	5	3	4	2	19
5	5	5	3	4	22	4	3	5	4	5	21
3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	4	17
4	5	5	4	4	22	4	4	5	3	3	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	1	4	20
5	5	5	5	5	25	5	4	5	3	4	21
5	5	5	4	3	22	4	5	5	3	3	20
3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	4	20
3	4	3	2	2	14	5	5	5	2	4	21
3	4	2	3	2	14	4	5	5	3	4	21
4	5	5	4	4	22	5	4	5	3	4	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
3	4	4	5	3	19	4	5	4	4	3	20
3	5	3	3	3	17	3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	4	22
3	5	5	3	5	21	5	4	4	3	4	20
4	5	4	4	4	21	5	5	5	4	4	23
3	5	2	3	2	15	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	3	17	4	4	5	4	3	20
3	4	3	1	3	14	3	3	3	4	4	17
3	3	4	4	2	16	3	3	3	3	4	16
3	5	4	3	2	17	5	5	4	3	3	20
3	4	3	3	3	16	4	4	4	3	3	18
4	5	4	4	3	20	4	4	5	3	4	20
3	4	3	3	3	16	4	4	4	4	3	19
4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	3	19
5	5	5	4	4	23	5	5	5	3	3	21
5	5	4	5	5	24	5	3	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	4	3	4	19	4	4	5	3	3	19
4	4	4	2	4	18	4	4	4	3	4	19
2	5	2	3	2	14	3	3	5	3	3	17

5	4	2	3	2	16	3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	3	5	5	4	3	20
4	5	4	2	4	19	5	5	4	3	4	21
4	5	5	3	3	20	5	5	5	5	3	23
5	5	5	4	5	24	4	5	5	4	4	22
5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	3	21
5	5	2	1	1	14	1	1	3	2	3	10
4	4	3	3	4	18	3	4	4	3	4	18
4	5	2	3	3	17	3	4	4	3	3	17
4	4	4	2	3	17	4	3	4	3	3	17
2	4	3	3	2	14	3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	3	21	4	4	4	4	4	20
3	3	3	1	2	12	3	2	2	3	2	12
4	4	4	4	4	20	4	4	5	2	3	18
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	5	5	4	3	21	5	4	4	3	4	20
3	5	5	3	5	21	4	3	5	4	3	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
2	5	5	3	3	18	3	4	4	3	3	17
3	4	4	2	2	15	4	4	4	3	3	18
4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	3	19
5	5	4	5	3	22	4	4	4	1	4	17
4	4	4	4	2	18	4	4	4	3	3	18
5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24	3	4	4	2	3	16
2	5	5	3	4	19	5	4	2	3	2	16
3	4	4	3	2	16	4	5	4	3	3	19
4	4	5	3	4	20	5	5	2	3	3	18
3	4	3	3	3	16	4	4	4	3	3	18
4	3	4	4	5	20	5	5	4	3	3	20
5	4	3	2	3	17	4	4	4	3	3	18
4	4	4	3	3	18	5	5	5	3	3	21
3	4	2	2	2	13	2	3	4	3	3	15
2	4	4	4	4	18	4	4	4	3	3	18
4	2	4	2	5	17	4	4	3	2	4	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	5	3	4	20	3	5	4	3	3	18
5	4	3	3	3	18	5	5	5	3	3	21
2	4	4	4	2	16	4	4	4	3	3	18
5	5	5	5	3	23	4	5	5	3	3	20

4	5	5	3	3	20	4	4	4	3	3	18
3	5	3	3	2	16	3	4	5	4	4	20
5	3	5	3	3	19	4	4	4	3	3	18
4	5	5	4	5	23	5	5	4	3	3	20
4	5	4	4	4	21	4	5	3	3	3	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	4	3	5	3	20	5	5	5	3	5	23
4	4	4	3	4	19	3	3	3	3	3	15
3	4	4	3	3	17	4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	3	23	5	5	5	2	3	20
4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	4	22
3	4	3	5	3	18	5	5	5	3	4	22
4	3	5	4	5	21	4	4	4	5	4	21
4	2	4	3	2	15	4	4	4	3	3	18
4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	3	18
4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	15
3	4	3	5	2	17	3	4	4	2	3	16
3	4	3	3	2	15	4	4	4	4	4	20
5	5	3	5	3	21	5	5	3	4	3	20
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
3	3	4	3	3	16	4	3	3	3	3	16
3	5	3	3	2	16	4	4	4	3	3	18
4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
5	5	5	3	3	21	5	5	5	3	3	21
4	5	5	5	3	22	5	5	5	3	3	21
3	5	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20
3	3	4	3	3	16	3	3	4	3	3	16
5	5	3	2	3	18	5	4	4	3	3	19
5	5	3	2	3	18	5	4	4	3	3	19
5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	4	24
3	4	3	2	2	14	4	3	4	2	3	16
4	4	3	3	2	16	4	4	4	3	3	18
4	4	5	4	4	21	4	4	4	3	3	18
5	5	3	2	3	18	5	4	4	3	3	19

Etika Pembelian (Y)

ETIKA PEMBELIAN (KEJUJURAN)															
Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5	Y. 6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	Y.1 0	Y.1 1	Y.1 2	Y.1 3	Y.1 4	Y.1 5	Tota 1Y
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	71
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	71
5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	4	4	4	4	4	63
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	73
5	5	5	5	5	5	4	3	5	2	4	4	5	4	5	66
5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	71
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	73
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	73
5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	65
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	68
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	68
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	71
4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	71
5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
4	4	4	4	5	5	5	3	4	2	4	3	4	4	3	58
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	4	2	4	62
3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	50
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	2	3	4	66
5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	72
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	71
5	5	5	5	5	5	5	3	5	1	5	5	5	5	5	69
4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	5	4	3	4	61
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	71
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	56
4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	73
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	4	5	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	74
5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	5	3	3	5	66
4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	67

5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	1	5	68
5	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	67
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	71
4	5	5	5	4	5	4	1	3	3	4	4	4	5	4	60
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	68
5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	66
5	4	4	5	4	4	3	3	5	5	3	2	5	5	4	61
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	71
4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	1	5	67
5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	72
5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	72
5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	71
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	62
5	5	5	5	4	5	5	4	5	2	4	4	5	4	5	67
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	73
5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	1	5	68
4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	57
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	71
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	1	5	69
5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	2	5	68
5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	71
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	3	4	1	4	61
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	71
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	71
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	65
5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	4	4	4	1	5	63
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	3	5	68
5	5	5	5	5	5	5	2	5	1	5	5	5	5	5	68
5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	5	5	3	4	67
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	73
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	71
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	73
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	72
5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	62
3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	5	5	3	3	3	50

5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	69
5	4	3	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	3	5	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	74
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	1	5	69
5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	71
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	72
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	2	2	1	1	5	5	5	5	5	1	5	57
4	5	5	5	5	5	5	3	5	2	4	4	4	3	5	64
4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	2	4	4	4	58
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	69
4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	55
5	5	5	5	5	5	5	3	5	1	5	5	5	5	5	69
2	3	5	2	2	4	2	3	5	4	4	3	4	2	3	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	3	4	68
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	43
3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	2	5	67
5	5	5	5	5	5	3	5	5	2	5	3	5	5	4	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	5	4	3	64
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	2	4	5	61
5	5	5	4	4	4	5	2	4	5	5	5	4	5	5	67
5	5	4	5	4	5	4	3	5	2	4	4	5	4	4	63
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	4	4	69
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	72
5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	71
5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	3	5	68
5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	2	5	69
5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	72
5	5	5	5	5	5	4	3	5	1	5	5	5	3	5	66
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	66
4	5	5	5	5	5	4	5	5	1	1	4	4	2	4	59
4	2	5	4	4	3	5	5	4	4	3	4	3	4	3	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	61
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	73
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	71

5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	63
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	2	5	67
5	5	5	5	5	5	3	3	5	1	5	5	5	3	5	65
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	1	4	63
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	73
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	61
5	5	5	5	5	5	5	3	5	1	5	5	5	5	5	69
5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	4	4	3	3	4	63
5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	4	5	4	2	5	66
5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	5	5	3	1	5	63
5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	4	4	5	5	5	68
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	73
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	3	5	3	4	5	4	4	4	3	3	4	62
5	5	5	5	5	5	5	2	5	3	3	5	5	4	5	67
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	73
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	4	70
4	4	5	4	5	5	1	3	4	2	4	2	4	4	4	55
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	73
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	71
5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	4	4	2	5	66
5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	5	70
4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	5	56
5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	69
5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	71
5	4	5	4	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	63
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	72
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	73
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	73
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	71
5	5	5	5	4	5	4	2	5	5	3	4	5	3	5	65
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	61
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	66
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	73

Lampiran – 4

Uji Validitas dan Realibilitas

Validitas Fasilitas (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	A
X1.1	Pearson Correlation	1	.596**	.423**	.591**	.440**	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X1.2	Pearson Correlation	.596**	1	.436**	.571**	.473**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X1.3	Pearson Correlation	.423**	.436**	1	.651**	.327**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X1.4	Pearson Correlation	.591**	.571**	.651**	1	.500**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X1.5	Pearson Correlation	.440**	.473**	.327**	.500**	1	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	157	157	157	157	157	157
A	Pearson Correlation	.783**	.786**	.746**	.858**	.700**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	157	157	157	157	157	157

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	B
X2.1	Pearson Correlation	1	.399**	.136	.301**	.085	.625**
	Sig. (2-tailed)		.000	.089	.000	.292	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X2.2	Pearson Correlation	.399**	1	.204*	.357**	.069	.612**

	Sig. (2-tailed)	.000		.010	.000	.390	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X2.3	Pearson Correlation	.136	.204*	1	.249**	.317**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.089	.010		.002	.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X2.4	Pearson Correlation	.301**	.357**	.249**	1	.363**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X2.5	Pearson Correlation	.085	.069	.317**	.363**	1	.585**
	Sig. (2-tailed)	.292	.390	.000	.000		.000
	N	157	157	157	157	157	157
B	Pearson Correlation	.625**	.612**	.628**	.701**	.585**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	157	157	157	157	157	157

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	C
X3.1	Pearson Correlation	1	.281**	.363**	.231**	.367**	.664**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X3.2	Pearson Correlation	.281**	1	.298**	.206**	.151	.530**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.010	.059	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X3.3	Pearson Correlation	.363**	.298**	1	.365**	.544**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X3.4	Pearson Correlation	.231**	.206**	.365**	1	.364**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.004	.010	.000		.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157

X3.5	Pearson Correlation	.367**	.151	.544**	.364**	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.059	.000	.000		.000
	N	157	157	157	157	157	157
C	Pearson Correlation	.664**	.530**	.771**	.660**	.738**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	157	157	157	157	157	157

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	D
X4.1	Pearson Correlation	1	.628**	.416**	.251**	.241**	.757**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.002	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X4.2	Pearson Correlation	.628**	1	.498**	.203*	.170*	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.011	.033	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X4.3	Pearson Correlation	.416**	.498**	1	.205**	.357**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.010	.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X4.4	Pearson Correlation	.251**	.203*	.205**	1	.391**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.002	.011	.010		.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
X4.5	Pearson Correlation	.241**	.170*	.357**	.391**	1	.599**
	Sig. (2-tailed)	.002	.033	.000	.000		.000
	N	157	157	157	157	157	157
D	Pearson Correlation	.757**	.744**	.721**	.600**	.599**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	157	157	157	157	157	157

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	E
ation	1	.582** .000 157	.558** .000 157	.719** .000 157	.611** .000 157	.597** .000 157	.473** .000 157	.049 .539 157	.579** .000 157	.220** .006 157	.749** .000 157
ation	.582** .000 157	1	.552** .000 157	.674** .000 157	.540** .000 157	.588** .000 157	.297** .000 157	-.057 .475 157	.500** .000 157	.093 .245 157	.639** .000 157
ation	.558** .000 157	.552** .000 157	1	.664** .000 157	.617** .000 157	.658** .000 157	.364** .000 157	.003 .966 157	.685** .000 157	.151 .059 157	.707** .000 157
ation	.719** .000 157	.674** .000 157	.664** .000 157	1	.653** .000 157	.660** .000 157	.429** .000 157	.068 .397 157	.666** .000 157	.138 .086 157	.772** .000 157
ation	.611** .000 157	.540** .000 157	.617** .000 157	.653** .000 157	1	.850** .000 157	.589** .000 157	.178** .026 157	.584** .000 157	.096 .234 157	.795** .000 157
ation	.597** .000 157	.588** .000 157	.658** .000 157	.660** .000 157	.850** .000 157	1	.524** .000 157	.165** .039 157	.681** .000 157	.080 .318 157	.796** .000 157
ation	.473** .000 157	.297** .000 157	.364** .000 157	.429** .000 157	.589** .000 157	.524** .000 157	1	.327** .000 157	.366** .000 157	.132 .100 157	.677** .000 157

ation	.473** .000 157	.297** .000 157	.364** .000 157	.429** .000 157	.589** .000 157	.524** .000 157	1	.327** .000 157	.366** .000 157	.132 .100 157	.677** .000 157
ation	.049 .539 157	-.057 .475 157	.003 .966 157	.068 .397 157	.178** .026 157	.165** .039 157	.327** .000 157	1	.172** .031 157	.064 .426 157	.384** .000 157
ation	.579** .000 157	.500** .000 157	.685** .000 157	.666** .000 157	.584** .000 157	.681** .000 157	.366** .000 157	.172** .031 157	1	.211** .008 157	.757** .000 157
ation	.220** .006 157	.093 .245 157	.151 .059 157	.138 .086 157	.096 .234 157	.080 .318 157	.132 .100 157	.064 .426 157	.211** .008 157	1	.446** .000 157
ation	.749** .000 157	.639** .000 157	.707** .000 157	.772** .000 157	.795** .000 157	.796** .000 157	.677** .000 157	.384** .000 157	.757** .000 157	.446** .000 157	1

ificant at the 0.01 level (2-tailed).

ificant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	F
Z1 Pearson Correlation	1	.555**	.373**	.129	.558**	.715**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.108	.000	.000
N	157	157	157	157	157	157
Z2 Pearson Correlation	.555**	1	.409**	.094	.585**	.715**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.241	.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
Z3	Pearson Correlation	.373**	.409**	1	.212**	.510**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.008	.000	.000
	N	157	157	157	157	157	157
Z4	Pearson Correlation	.129	.094	.212**	1	.100	.590**
	Sig. (2-tailed)	.108	.241	.008		.214	.000
	N	157	157	157	157	157	157
Z5	Pearson Correlation	.558**	.585**	.510**	.100	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.214		.000
	N	157	157	157	157	157	157
F	Pearson Correlation	.715**	.715**	.679**	.590**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	157	157	157	157	157	157

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

Reliabilitas

Fasilitas (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.800	6

Produk (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.747	6

Keputusan Pembelian (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	6

Omset (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	6

Perilaku Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	11

Pembelajaran Konsumen (Z)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	6

Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PP	157	29	50	45.22	4.574
FASILITAS	157	10	25	18.15	3.536
PRODUK	157	10	25	18.57	2.833
KP	157	12	25	18.70	2.988
OMSET	157	10	25	18.92	2.543
PK	157	14	25	21.61	2.796

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PP	157	29	50	45.22	4.574
FASILITAS	157	10	25	18.15	3.536
PRODUK	157	10	25	18.57	2.833
KP	157	12	25	18.70	2.988
OMSET	157	10	25	18.92	2.543
PK	157	14	25	21.61	2.796
Valid N (listwise)	157				



Lampiran – 5

HASIL UJI ASUMSI KLASIK DAN ANALISIS LINEAR BERGANDA

1. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		157
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.07108305
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.046
	Negative	-.102
Kolmogorov-Smirnov Z		1.282
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075
a. Test distribution is Normal.		

2. heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.585	1.318		8.033	.000
	Fasilitas	-.036	.052	-.067	-.701	.485
	Produk	.050	.070	.074	.718	.474
	KP	-.006	.072	-.010	-.089	.929
	Omset	-.074	.072	-.097	-1.028	.306
	PK	-.305	.054	-.441	-5.673	.000

a. Dependent Variable: RES2

3. Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.109	2.614		6.545	.000		
	Fasilitas	.121	.103	.093	1.171	.244	.563	1.776
	Produk	.077	.139	.048	.552	.582	.482	2.075
	KP	-.010	.143	-.006	-.069	.945	.414	2.416
	Omset	.286	.143	.159	2.002	.047	.567	1.764
	PK	.891	.107	.545	8.355	.000	.844	1.184

a. Dependent Variable: PP



Lampiran – 6

HASIL UJI HIPOTESIS

1. Uji Simultan (F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1495.051	5	299.010	25.536	.000 ^a
Residual	1768.146	151	11.710		
Total	3263.197	156			

a. Predictors: (Constant), PK, Fasilitas, Omset, Produk, KP

b. Dependent Variable: PP

2. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 ^a	.458	.440	3.422

a. Predictors: (Constant), PK, Fasilitas, Omset, Produk, KP

b. Dependent Variable: PP

3. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Model Summary X1 terhadap Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.322 ^a	.104	.098	4.344

a. Predictors: (Constant), FASILITAS

Model Summary X1, Y, Z**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 ^a	.444	.433	3.443

a. Predictors: (Constant), FASILITAS PK, PK, FASILITAS

Model Summary X2 terhadap Y**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	.135	.130	4.266

a. Predictors: (Constant), PRODUK

Model Summary X2, Y, Z**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.432	.421	3.482

a. Predictors: (Constant), PRODUK PK, PRODUK, PK

Model Summary X3 terhadap Y**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.337 ^a	.114	.108	4.320

a. Predictors: (Constant), KP

Model Summary X3, Y, Z**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.510	.501	3.232

a. Predictors: (Constant), KP PK, PK, KP

Model Summary X4 terhadap Y**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.418 ^a	.175	.169	4.168

a. Predictors: (Constant), OMSET

Model Summary X1, Y, Z**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.536	3.115

a. Predictors: (Constant), OMSET PK , PK, OMSET

Lampiran – 7

Adapun teknik pengumpulan data dijabarkan Sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi			
No	Aspek	Fenomena	Data yang didapatkan
1	Penjualan pada kantin kejujuran	Penjualan yang dilakukan mahasiswa	Konsumen merasakan kepuasan pada kantin kejujuran
2	Jenis Produk pada kantin kejujuran	Jenis makanan ringan	Harga per biji penjualan pada kantin kejujuran
3	Permasalahan penjualan pada kantin kejujuran	Macam-macam permasalahan pada kantin kejujuran	Permasalahan yang sering muncul pada kantin kejujuran.

2. Wawancara

Data Informan kantin kejujuran di Universitas Islam Malang:

No	Nama	Fakultas	Jurusan
1	Laili Alfiah Ramadhani	Agama Islam	Pendidikan Guru Madrasah Ibtida'iyah
2	Ahmad Nasori	Pertanian	Pertanian
3	Sinta Dwiyana	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	. Pendidikan Matematika
4	Silvia Rahma	Keguruan dan Ilmu Pendidikan	Pendidikan Matematika
5	Navila firdiani inanda	Agama Islam	Pendidikan Agama Islam

Lampiran – 8

Daftar Pertanyaan Wawancara Pada Penjual dalam Pengelolaan Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang

IDENTITAS INFORMAN

Nama Informan:

Fakultas / Jurusan:

Pertanyaan:

1. Sudah berapa lama anda berjualan di Kantin Kejujuran?
2. Produk apa yang anda jual sehingga para pembeli memberikan nilai positif dan merasa puas?
3. Apakah memproduksi sendiri?
4. Dimana saja anda berjualan?
5. Anda menjalankan usaha ini sendiri atau ada yang membantu?
6. Berapa modal awal?
7. Apa yang mendorong anda melakukan usaha Kantin Kejujuran?
8. Kenapa anda memilih Kantin Kejujuran?
9. Mengingat tidak ada yang menjaga, barang dagangan beresiko ada yang tidak bayar bagaimana anda menanggulangnya atau mengatasinya?
10. Selain ada yang tidak membayar adakah resiko lain yang anda hadapi dan bagaimana anda menanggulangnya?
11. Dengan adanya resiko-resiko tadi bagaimana dampak yang timbul? dan apakah mengalami kerugian?
12. Berapa keuntungan yang anda dapatkan?
13. Bagaimana pandangan anda tentang kantin kejujuran?

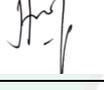
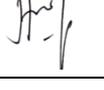
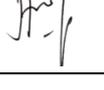
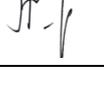
Lampiran – 9**BUKTI KONSULTASI**

Nama : Ana Lumhatul Fauziyah

NIM/Jurusan : 16510061/ Manajemen

Pembimbing : Dr. Ir. H. Masyhuri, MP.

Judul Skripsi : Pengaruh Kantin Kejujuran Terhadap Perilaku Pembelian dengan Pembelajaran Konsumen Sebagai Varuiabel Moderasi (Study Kasus: Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	03 Januari 2020	Pengajuan Outline	1 
2	13 Maret 2020	Proposal	2 
3	06 April 2020	Acc Kuesioner	3 
4	07 April 2020	Revisi & Acc Proposal	4 
5	23 April 2020	Seminar Proposal (Daring)	5 
6	29 April 2020	Acc Proposal	6 
7	03 Juni 2020	Skripsi Bab I - V	7 
8	04 Juni 2020	Revisi & Acc Skripsi	8 
9	05 Juni 2020	Acc Keseluruhan	9 

Malang, 05 Juni 2020

Mengetahui

Ketua Jurusan,



Drs. Agus Sucipto, MM., CRA.

NIP: 196708162003121001



Lampiran – 10

DOKUMENTASI FOTO PENYEBARAN KUESIONER



Foto Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang



Foto Setelah mengisi Kuesioner Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang



Foto Penyebaran Kuesioner Via online WhatsApp secara pribadi

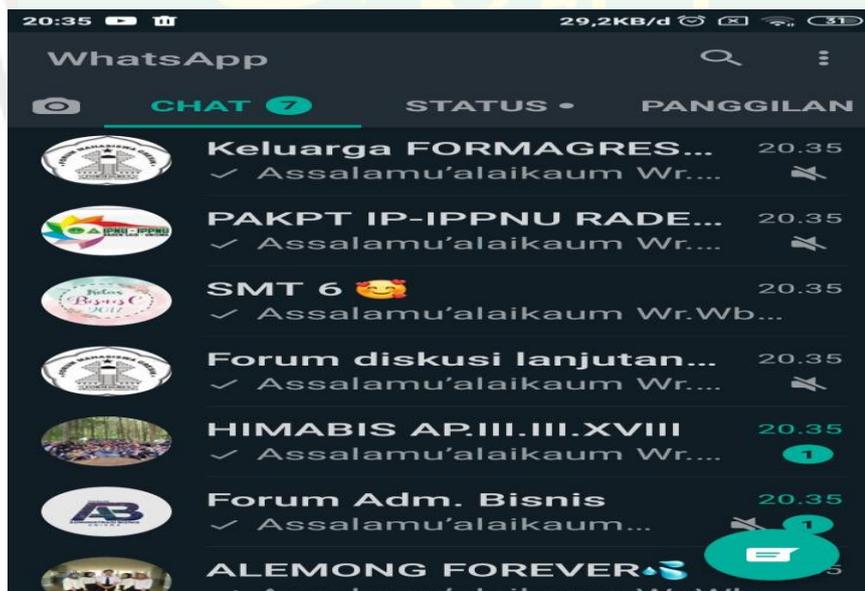
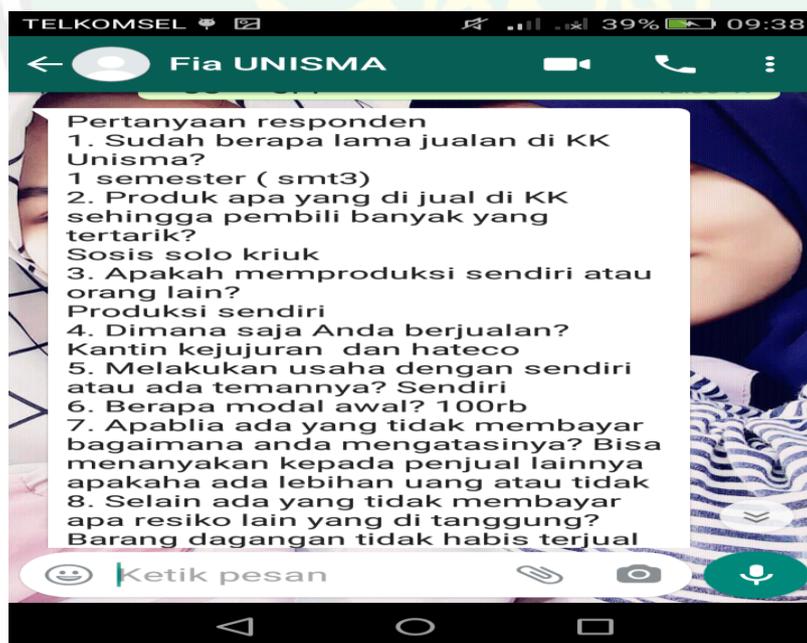
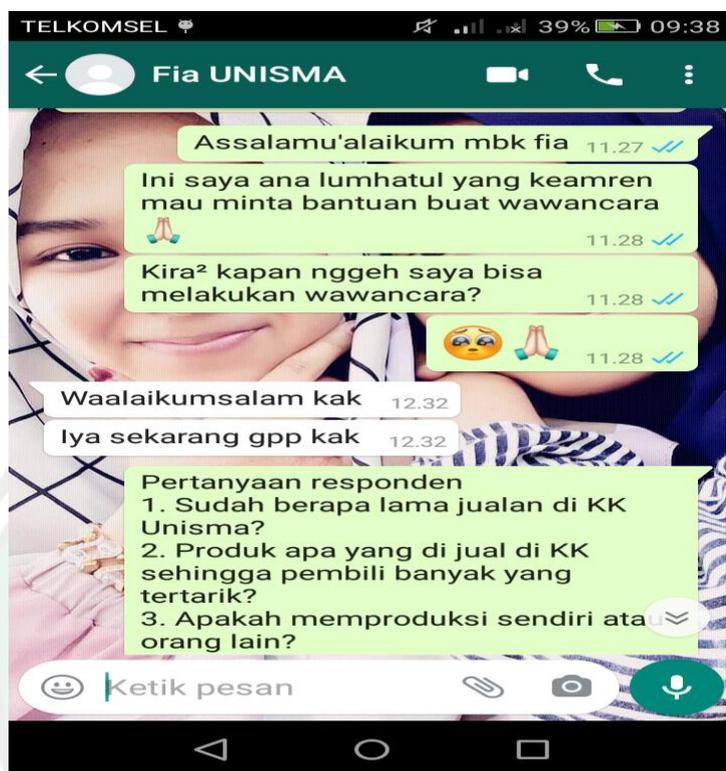


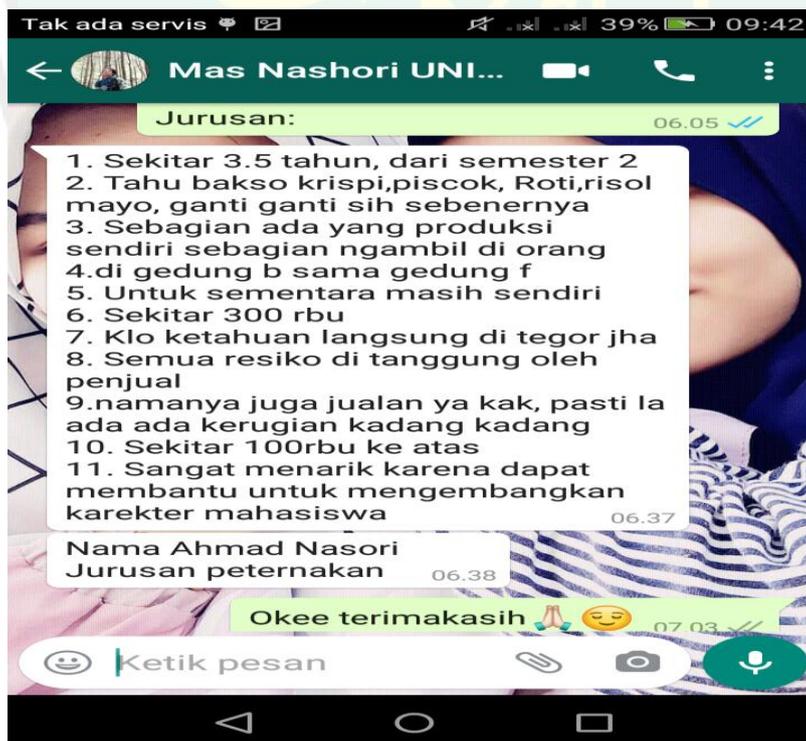
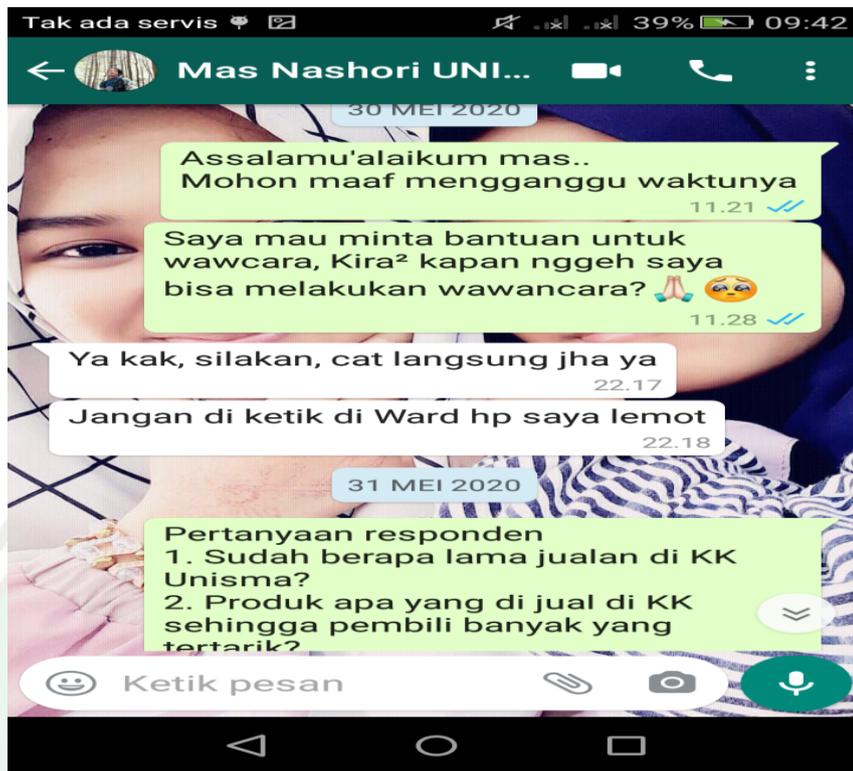
Foto Penyebaran Kuesioner Via online WhatsApp secara Group

Lampiran – 11 DOKUMENTASI FOTO WAWANCARA

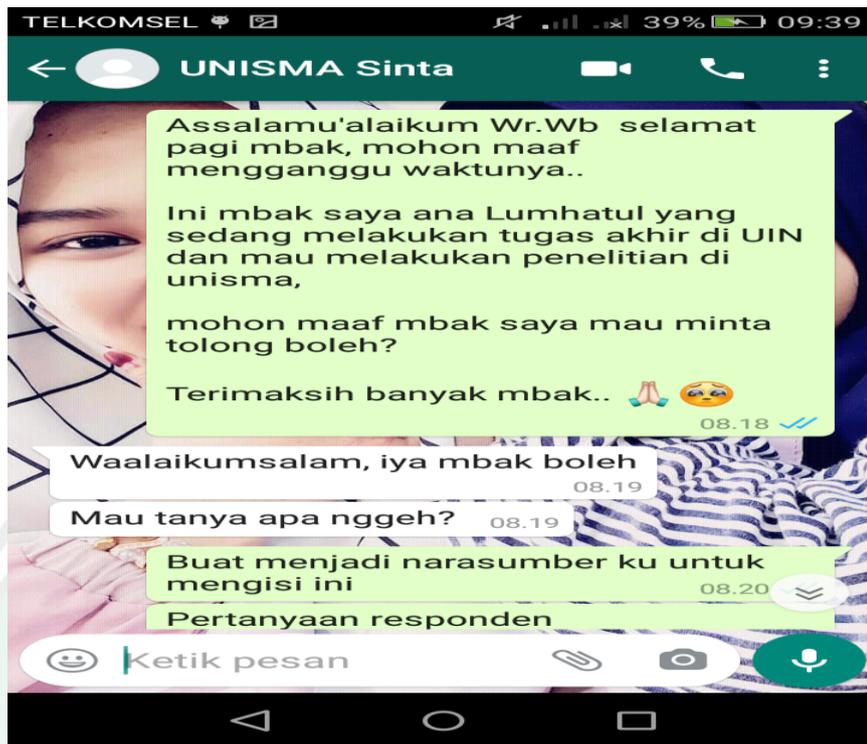
Informan 1



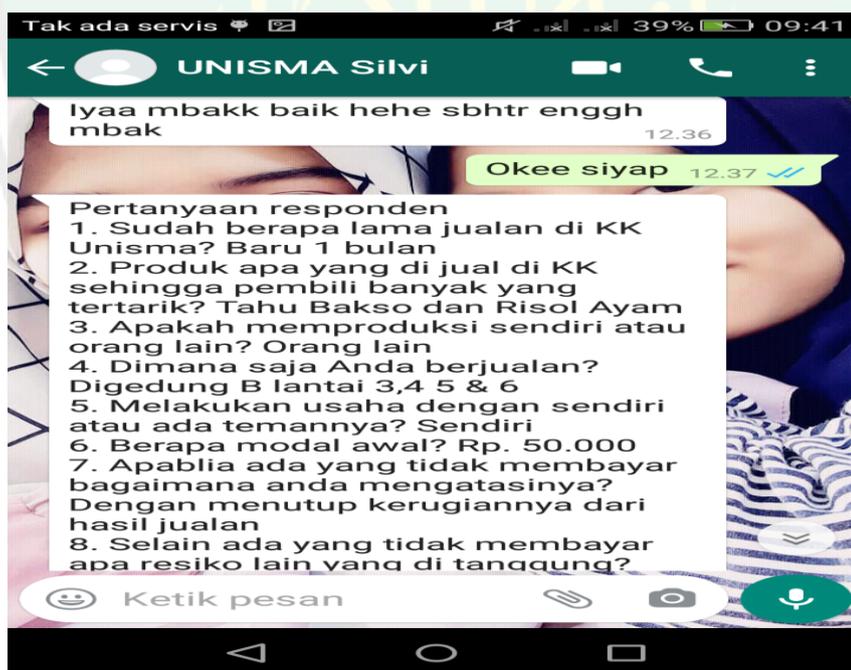
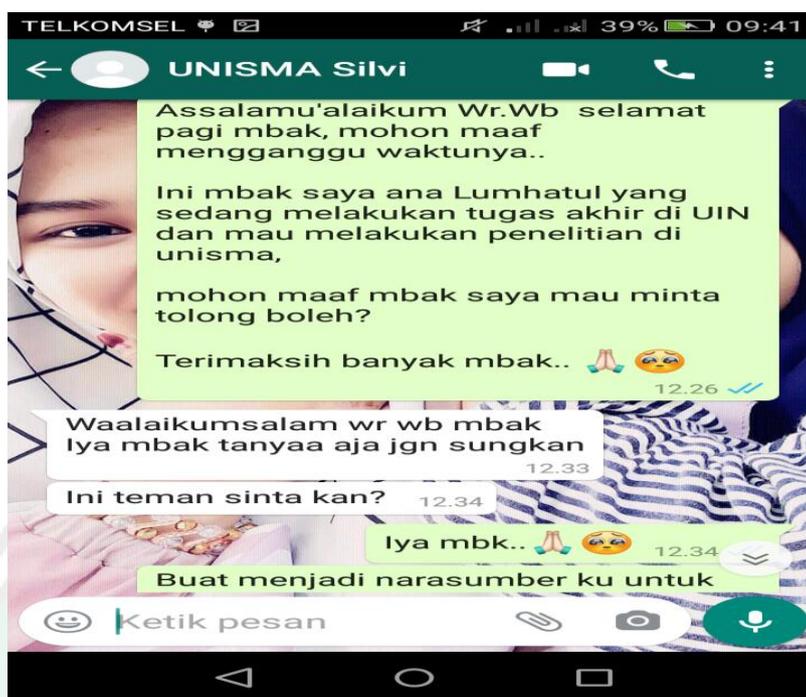
Informan 2



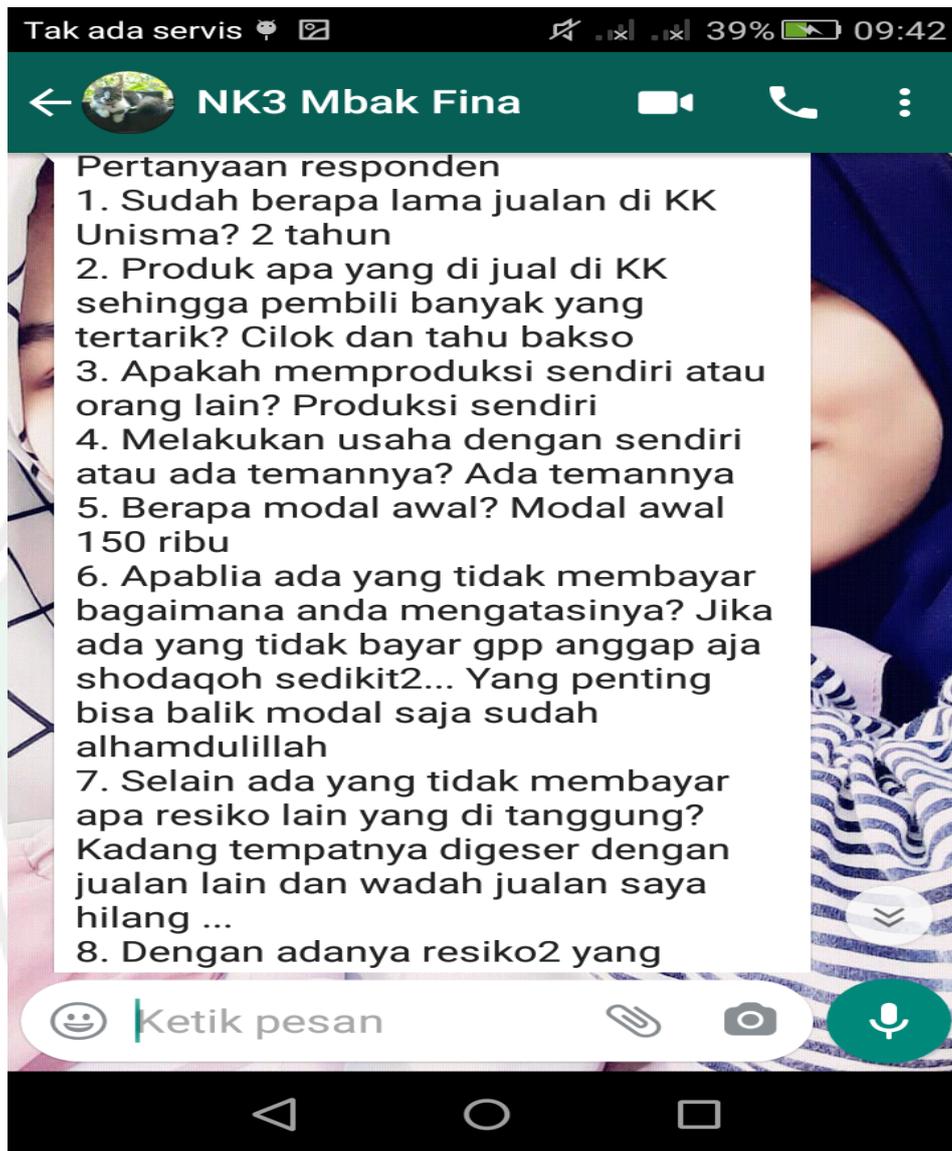
Informan 3



Informan 4



Informan 5





**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 558881, Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zuraidah, S.E.,M.SA
NIP : 197612102009122001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Ana Lumhatul Fauziah
NIM : 16510061
Handphone : 085334914300
Konsentrasi : Pemasaran
Email : analumhatulfauziah@gmail.com
Judul Skripsi : Pengaruh Kantin Kejujuran terhadap Perilaku Pembelain dengan Pembelajaran Konsumen sebagai Variabel Moderasi (Study Kasus: Kantin Kejujuran Universitas Islam Malang)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATI ON	STUDENT PAPER
11%	10%	3%	4%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 01 Juli 2020

UP2M

Zuraidah, S.E.,M.SA

NIP.197612102009122001