SKRIPSI

PENGARUH LOKASI, HARGA DAN GAYA HIDUP SYARIAH TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA KEGIATAN *CAR FREE DAY* KOTA BANDA ACEH

Disusun Oleh:

YUNI GEMASIH TEBE
NIM. 160602046

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020 M / 1441 H

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Yuni Gemasih Tebe

NIM : 160602046

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
2. ***Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
4. ***Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 3 September 2020

Yang Menyatakan,

Yuni Gemasih Tebe

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Lokasi, Harga dan Gaya Hidup Syariah Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh

Disusun Oleh:

Yuni Gemasih Tebe
NIM. 160602046

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat Penyelesaian Studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Yusnar, SE., MM	Seri Murni, SE., M.Si., Ak
NIDN . 005071285	NIP . 19721011201411200l

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,

Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Lokasi, Harga dan Gaya Hidup Syariah Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh

Yuni Gemasih Tebe
NIM. 160602046

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 25 Agustus 2020M
6 Muharram 1441 H

Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua	Sekretaris
Dr. Yushiar, SE., MM	Seri Murni, SE., M.Si., Ak
NIDN . 005071285	NIP . 197210112014112001
Penguji I	**Penguji II**
Fakhrurrazi, SE., MM	Junia Farma, M. Ag
NIP. 197605252013121002	NIP. 199206142019032039

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196402141992031003

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
NIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web:www.library.ar-raniry.ac.id, Email:library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:
Nama Lengkap : Yuni Gemasih Tebe
NIM : 160602046
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail : gemasihyuni@gmail.com
demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐ . .

Yang berjudul:
Pengaruh Lokasi, Harga dan Gaya Hidup Syariah Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.
Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.
UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.
Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 03 September 2020

Mengetahui,

Penulis	Pembimbing I	Pembimbing II
Yuni Gemasih Tebe	Dr. Yusniar, SE., MM	Seri Murni, SE., M.Si., Ak
	NIDN . 005071285	NIP . 197210112014112001

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"*Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.*"- (Q.S Al-Baqarah [2]: 286)

"*Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong).*"- (H.R. Muslim)

Bismillahirrahmanirrahim, dengan mengucap puji dan syukur kehadirat Allah SWT kupersembahkan karya kecil dan sederhana ini untuk :

Ayahanda dan Ibunda tercinta yang jasanya tidak akan pernah dapat terbalaskan sepanjang masa serta kepada kakak dan adikku tersayang yang telah menjadi mentari dikala diri ini berada dalam kelamnya kegelapan. Tidak lupa pula kepada sahabat-sahabat terkasih yang telah senantiasa menemani dikala senang maupun dikala susah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin,segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Tidak lupa shalawat beriring salam Penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, dan para sahabat yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dalam Islam, serta nikmat dalam ilmu pengetahuan.

Syukur Alhamdulillah dengan izin Allah SWT serta bantuan semua pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul "**PENGARUH LOKASI, HARGA DAN GAYA HIDUP SYARIAH TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA KEGIATAN *CAR FREE DAY* KOTA BANDA ACEH".** Penulis menyusun skripsi ini dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak terdapat kekurangan baik dalam materi maupun dalam teknik penyusunan. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan masukan berupa kritikan dan saran yang

bersifat membangun untuk penyempurnaannya. Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang pendidikan sampai saat ini, dan dapat menyusun skripsi ini.
2. Dr.Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak., CA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar- Raniry Banda Aceh.
4. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Dr. Yusniar, SE., MM dan Seri Murni, SE., M.Si.Ak selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan-masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Fakhrurazi, SE., MM dan Junia Farma, M. Ag selaku penguji 1 dan penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Jalaluddin ST, MA selaku dosen Penasehat akademik yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Ekonomi Syariah.
8. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
9. Ade Haryandi selaku Event Manager serta anggota penyelenggara kegiatan *Car Free Day* yang telah banyak membantu dalam hal penelitian juga memberikan izin untuk melakukan penelitian serta memberikan ilmu dan informasi terkait kegiatan tersebut.
10. Kedua orang tua tercinta. Ayahanda Zamli dan Ibunda Eva Wani yang selalu memberikan kasih sayang, do'a serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga agar penulis memperoleh yang terbaik dan mampu menyelesaikan studi hingga tahap akhir.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan Aknul Muna, Nuzul Fitri, Khairun Jannah, Reva Nanda, Mirza Sayuti, Riski Maulana dan teman-teman seperjuangan lainnya program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan semangat dan membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang

diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 3 September 2020
Penulis,

Yuni Gemasih Tebe

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṡ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ż	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H

13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	*Fatḥah*	A
◌ِ	*Kasrah*	I
◌ُ	*Dammah*	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
ي ◌َ	*Fatḥah* dan ya	Ai
و ◌َ	*Fatḥah* dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haula*

3. *Maddah*

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ا◌َ/ي	*Fatḥah* dan *alif* atauya	Ā
◌ِي	*Kasrah* dan ya	Ī
◌ُي	*Dammah* dan wau	Ū

Contoh:

qāla	:	قَالَ
ramā	:	رَمَى
qīla	:	قِيْلَ
yaqūlu	:	يَقُوْلُ

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatulaṭfāl	:	رَوْضَةُ اْلاَطْفَالْ
al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah	:	اَلْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَة
Ṭalḥah	:	طَلْحَةْ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpatransliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama	: Yuni Gemasih Tebe
NIM	: 160602046
Fakultas/Prodi	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul	: Pengaruh Lokasi, Harga dan Gaya Hidup Syariah terhadap Minat Beli Masyarakat pada Kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh
Pembimbing I	: Dr. Yusniar, SE., MM
Pembimbing II	: Seri Murni, SE, M.Si.Ak
Kata Kunci	: Lokasi, Harga, Gaya Hidup Syariah, Minat Beli

Penelitian ini bertujuan untuk dapat menguji dan menganalisis pengaruh lokasi, harga dan gaya hidup syariah terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan *Non Probability Sampling* berupa *purposive Sampling*. Data yang dipakai adalah data primer, yang diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti dalam bentuk persepsi responden dengan cara mengedarkan daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada 100 responden. Data dianalisis dengan menggunakan peralat statistik regresi linear berganda. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sedangkan harga dan gaya hidup syariah berpengaruh positif terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh. Hasil pengujian secara simultan juga menunjukkan bahwa, variabel lokasi, harga dan gaya hidup syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh.

AR-RANIRY

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN ..... **i**
PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**
PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **iii**
PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iv**
PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **v**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
HALAMAN TRANSLITERASI ..... **xi**
ABSTRAK ..... **xvi**
DAFTAR ISI ..... **xvii**
DAFTAR TABEL ..... **xxi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xxii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 6
1.5 Sistematika Penulisan 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**
2.1 Kajian Tentang Lokasi 9
2.1.1 Pengertian Lokasi 9
2.1.2 Faktor-Faktor Penentu Pemilihan Lokasi .. 10
2.1.3 Indikator Lokasi 11
2.2 Kajian Tentang Harga 12
2.2.1 Pengertian Harga 12
2.2.2 Tujuan Penentuan Harga Bagi Konsumen . 13
2.2.3 Indikator Harga 15
2.3 Kajian Tentang Gaya Hidup Syariah 15
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup Syariah 15
2.3.2 Faktor-Faktor Gaya Hidup Syariah 16
2.3.3 Indikator Gaya Hidup Syariah 19

2.4 Minat Beli Masyarakat 24
2.4.1 Pengertian Minat Beli..... 24
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli..... 24
2.4.3 Indikator Minat Beli 26
2.5 Keterkaitan Antara Variabel..... 27
2.5.1 Keterkaitan Variabel Lokasi dengan Minat Beli..... 27
2.5.2 Keterkaitan Variabel Harga dengan Minat Beli..... 28
2.5.3 Keterkaitan Variabel Gaya Hidup Syariah dengan Minat Beli..... 28
2.6 Penelitian Terdahulu 29
2.7 Kerangka Penelitian 33
2.8 Hipotesis Penelitian..... 34

BAB III METODE PENELITIAN..... 35
3.1 Jenis dan Lokasi Penelitian 35
3.2 Populasi dan Penarikan Sampel 35
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data 37
3.4 Skala Pengukuran 38
3.5 Operasional Variabel..... 38
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data..... 40
3.6.1 Uji Instrumen..... 40
3.6.1.1Uji Validitas 40
3.6.1.2Uji Reliabilitas..... 41
3.6.2 Rancangan Pengujian Hipotesis 42
3.6.2.1Uji T (Uji Parsial)..... 42
3.6.2.2Uji F (Uji Simultan) 42
3.6.3 Uji Asumsi Klasik 43
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda 45
3.7 Hipotesis Penelitian..... 45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 47
4.1 Gambaran Umum Objek Penenlitian..... 47
4.1.1 Visi dan Misi Kegiatan *Car Free Day*..... 48
4.1.2 Struktur Kepengurusan *Car Free Day*..... 49

4.2 Hasil Penelitian 50
4.2.1 Karakteristik Responden 50
4.3 Hasil Pengujian Data 53
4.3.1 Pengujian Validitas 53
4.3.2 Pengujian Reliabilitas 56
4.4 Pengujian Asumsi Klasik 57
4.4.1 Pengujian Normalitas 57
4.4.2 Pengujian Multikolinearitas 59
4.4.3 Pengujian Heteroskedastisitas 60
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 62
4.6 Hasil Uji Hipotesis 64
4.6.1 Hasil Uji T (Parsial) 64
4.6.2 Hasil Uji F (Simultan) 67
4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 68
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian 69
4.7.1 Pengaruh Lokasi, Harga dan Gaya Hidup Syariah Secara Parsial Terhadap Minat Beli 69
4.7.2 Pengaruh Lokasi, Harga dan Gaya Hidup Syariah Secara Simultan Terhadap Minat Beli 74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 76

5.1 Kesimpulan 76
5.2 Saran 78

DAFTAR PUSTAKA 80
DAFTAR LAMPIRAN 84

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Jumlah Penduduk Kota Banda Aceh Tahun 2014-2018	1
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	29
Tabel 3.1	Alternatif Jawaban Kuesioner Penelitian	38
Tabel 3.2	Operasional Variabel	39
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2	Umur Responden	51
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	52
Tabel 4.4	Kunjungan *Car Free Day* Responden	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.7	Uji Normalitas	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.11	Hasil Uji T	64
Tabel 4.12	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	67
Tabel 4.13	Hasil Uji F	68
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefesien Determinasi	69

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian 33
Gambar 4.1 Struktur Kepengurusan *Car Free Day* 49
Gambar 4.2 Normal P-P Plot 58

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Angket Penelitian 84
Lampiran 2 Rekapitulasi Data 87
Lampiran 3 Analisis Data 91
Lampiran 4 Skor Hasil Kuesioner 97
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian 101

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Banda Aceh merupakan ibu kota dari provinsi Aceh. Dahulu kota ini bernama Kutaraja yang kemudian pada tanggal 28 Desember 1962, kota ini berubah nama menjadi Banda Aceh. Saat ini Kota Banda Aceh selain sebagai pusat pemerintahan juga menjadi pusat segala kegiatan ekonomi, politik, sosial, budaya dan pariwisata. Kota Banda Aceh terdiri dari 9 kecamatan, 17 mukim, 70 desa dan 20 kelurahan. Sembilan kecamatan tersebut yaitu: Baiturrahman, Banda Raya, Jaya Baru, Kuta Alam, Kuta Raja, Lueng Bata, Meuraxa, Syiah Kuala, Ulee Kareng. Secara geografis wilayah Kota Banda Aceh mempunyai luas 6.136 ha dengan jumlah penduduk yang terus meningkat setiap tahun terlihat pada tabel dibawah ini dari tahun 2013-2017.

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk Kota Banda Aceh Tahun 2014-2018

Tahun	2014	2015	2016	2017	2018
Jumlah Penduduk (Jiwa)	249.404	250.904	254.904	259.931	265.111

Sumber BPS Aceh, (2016)

Dari tabel 1.1 dapat dilihat jumlah penduduk Kota Banda Aceh setiap tahunnya terus semakin meningkat, peningkatan ini

dapat menimbulkan kepadatan penduduk Kota Banda Aceh dan menyebabkan pemanasan global sehingga masyarakat sulit menemukan ruang terbuka maupun udara segar. Oleh karena itu pemerintah Kota Banda Aceh membuat kebijakan satu hari dalam seminggu bebas berkendara atau polusi yang disebut dengan *Car Free Day* kegiatan ini merupakan salah satu upaya pemerintah dalam menanggulangi padatnya jumlah penduduk di Kota Banda Aceh.

Kegiatan *Car Free Day* merupakan sebuah wahana ruang terbuka yang sejatinya digunakan masyarakat untuk menikmati udara segar, terbebas dari gas buang kendaraan dan untuk berolah raga bagi masyarakat yang memang saat ini ketersediaan ruang terbuka sebagai penunjang aktifitas fisik yang murah meriah dan nyaman sangat sulit untuk di temui. Maka dari itu banyak diselenggarakan aktivitas jasmani di *Car Free Day* seperti senam bersama, sepatu roda, skate board, bersepeda dan kegiatan lainnya. Dari segi lain *Car Free Day* yang ada di kota Banda Aceh diramaikan dengan pedagang yang berjualan selama kegiatan tersebut berlangsung, terlihat juga dengan adanya kegiatan *Car Free Day* dari tahun ke tahun jumlah pedagang yang berjualan terus meningkat, semakin banyak dan bervariasi demi menarik pembeli yang ada di lingkungan *Car Free Day*. Sehingga menimbulkan minat beli masyarakat yang datang ke *Car Free Day*. Minat beli merupakan rasa ketertarikan yang dialami oleh konsumen terhadap suatu produk yang dipengaruhi sikap luar

konsumen dan didalam konsumen itu sendiri. Adapun faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen yaitu lokasi yang strategis, harga yang terjangkau dan gaya hidup secara syariah yang dimiliki.

Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ketempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia dilokasi tersebut. Dalam pelaksanaan kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh lokasi berdagang dipilih sendiri oleh para pedagang, penyelenggara menyediakan lokasi yang diberi batas bagi setiap pedagang dan menggunakan sistem siapa cepat datang maka dapat memilih lokasi sendiri sehingga ini bisa menjadi strategi bagi pedagang untuk cepat datang setiap pagi minggu dan memilih lokasi dekat dengan panggung utama kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh untuk menarik minat beli masyarakat. Lokasi yang strategis juga menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen dalam membeli suatu produk karena dinilai lokasi adalah tempat yang harus mudah dijangkau, dicari dan nyaman

Harga adalah salah satu faktor penting bagi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang. Dalam hal ini minat beli juga di pengaruhi oleh harga. Dari segi harga, produk yang dijual pedagang dalam aktivitas *Car Free Day* bervariasi. Dari hasil pengamatan di lapangan, harga produk di

lapak *Car Free Day* berkisar antara Rp 5.000., s/d Rp 50.000., setiap potongnya. Harga ini masih terjangkau oleh konsumen, namun tidak semua konsumen datang untuk membeli. Sikap, tujuan dan keyakinan masyarakat yang datang ke *Car Free Day* berbeda-beda. Dalam aktivitas kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh terlihat banyak pedagang yang menggunakan berbagai strategi untuk menarik minat beli masyarakat diantaranya memberikan diskon, *buy two get one* dan potongan setengah harga dan hanya berlaku di *Car Free Day*. Hal ini sangat menarik untuk diteliti dan harus diketahui apakah penerapan seperti ini menjadi minat beli masyarakat yang datang ke *Car Free Day*. Tidak hanya masalah harga maupun lokasi, minat beli masyarakat yang datang ke *Car Free Day* di pengaruhi oleh beberapa hal diantaranya banyak produk halal dan pakaian muslim yang dijual oleh pedagang, tidak hanya itu dalam kegiatan *Car Free Day* berlaku batas antara laki-laki dan perempuan ketika senam berlangsung serta kegiatan *Car Free Day* sebagai tempat yang nyaman dan bersih menjadi gaya hidup masyarakat untuk menghabiskan waktu dengan keluarga atau teman-teman.

Gaya hidup adalah sebuah kebiasaan pada setiap individu dalam menjalankan kehidupannya. Di lingkungan *Car Free Day* gaya hidup yang dijalankan masyarakat tidak terlepas dari kata syariah, terlihat dari cara berpakaian, tempat yang bersih dan produk halal yang ditawarkan. Sehingga gaya hidup syariah menjadi daya tarik bagi masyarakat lokal maupun luar daerah

untuk datang ke *Car Free Day*. Namun pemenuhan kebutuhan seseorang akan produk berbeda-beda antara konsumen satu dengan konsumen lainnya. Dari beberapa konsumen yang dijumpai dan diwawancarai didapatkan bahwa ada beberapa alasan mereka untuk membeli suatu produk di *Car Free Day* yaitu terdapat produk muslim seperti zoya, wardah dan produk berlabel halal lainnya. Sehingga *Car Free Day* menjadi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Kota Banda Aceh. Banyak variabel yang mempengaruhi mereka dalam membeli produk di lingkungan kegiatan *Car Free Day*. Di antaranya adalah variabel lokasi, harga dan gaya hidup syariah.

Berdasarkan Latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul "**Pengaruh Lokasi, Harga dan Gaya Hidup Syariah terhadap Minat Beli Masyarakat pada Kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli masyarakat dalam kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli masyarakat dalam kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh?

3. Apakah gaya hidup syariah berpengaruh terhadap minat beli masyarakat dalam kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh?
4. Apakah lokasi, harga dan gaya hidup syariah secara simultan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat dalam kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli masyarakat dalam kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli masyarakat dalam kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup syariah terhadap minat beli masyarakat dalam kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan gaya hidup syariah secara simultan berpengaruh terhadap minat beli masyarakat dalam kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini secara teoritis diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran serta ilmu untuk saya sendiri dan dapat memperkaya wawasan pemahaman bagi setiap pembaca.

2. Secara Praktis

   Bagi Pegagang *Car Free Day* Kota Banda Aceh hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai sumber informasi untuk pengembangan lapak penjual ke depan, dan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih memantapkan startegi yang telah digunakan oleh pedagang.

3. Secara Akademis

   Bagi peneliti yang akan datang hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan lokasi, harga dan gaya hidup syariah terhadap minat beli masyarakat pada aktivitas *Car Free Day* di Area Simpang Lima Kota Banda Aceh.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas proposal penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab Tinjauan Pustaka ini berisikan teori yang berupa pengertian dan defenisi tentang lokasi, harga, gaya hidup syariah dan minat beli yang diambil dari kutipan buku, jurnal yang berkaitan dengan penyusunan skripsi serta beberapa literatur *reviewe* yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah langkah sistematik yang ditempuh untuk mencapai tujuan dari topik pembahasan. Motodologi penelitian ini berisi tentang jenis dan lokasi penelitian, populasi dan penarikan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, operasional variabel, dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini hasil penelitian dan pembahsan ini membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian, karakteristik responden, deskripsi variabel, hasil penelitian, hasil uji hipotesis serta hasil pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Tentang Lokasi

2.1.1 Pengertian Lokasi

Lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnisdalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.

Menurut Purnomo (2016) Lokasi yang strategis berada dipusat kegiatan masyarakat dan lokasi yang dinilai mampu mengalami pertumbuhan ekonomi. Persoalan penting seperti kemungkinann terlihat, lahan parkir, kemudahan askes dan keselamatan dan keamanan lokasi merupakan faktor-faktor yang memberi konstribusi pada kesuksesan pemilihan lokasi. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut.

2.1.2 Faktor-Faktor Penentu Pemilihan Lokasi

Menurut Tjiptono dan Chandra (2001:33) dikutip oleh Harahap (2015), pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terutama faktor-faktor berikut:

a. Akses, yaitu lokasi yang dilalui mudah dijangkau sarana transportasi Umum.
b. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
c. Lalu lintas (*traffic*) dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan:
    1) Banyak orang yang berlalu lalang bisa memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan atau tanpa perencanaan
    2) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau ambulance.
d. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
e. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
f. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
g. Kompetisi, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di

jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.

h. Peraturan Pemerintah yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu, misalnya bengkel kendaraan bermotor dilarang berlokasi yang terlalu berdekatan dengan tempat ibadah.

Menurut Prasentia (2019) Menentukan lokasi tempat untuk setiap usaha bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai.Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan yang penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya.

2.1.3 Indikator Lokasi

Menurut Yohanes Han dalam Nurdiani ada beberapa indikator dalam menentukan lokasi tempat usaha yaitu:

a. Lokasi strategis
b. Lokasi mudah dijangkau
c. Lokasi mudah ditemukan
d. Memiliki tempat yang luas
e. Kesediaan lahan parkir

2.2 Kajian Tentang Harga

2.2.1 Pengertian Harga

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila produk tersebut melebihi harapannya (dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi). Sebaliknya, apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah, maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

Menurut Zulaicha (2016) Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran. Harga juga bersifat sangat relatif. Jika seorang pembeli mempunyai kesempatan untuk membeli barang dan jasa yang sama dengan harga lebih rendah,maka ia akan melakukannya. Zeithaml, Bitner dan Gremler dalam Atmaja dan Adiwinata (2013) mengklasifikasikan harga menjadi empat variabel yaitu :

1. *Flexibility* (fleksibilitas) dapat digunakan dengan menetapkan harga yang berbeda pada pasar yang berlainan atas dasar lokasi geografis, waktu penyampaian atau pengiriman ataukompleksitas produk yang diharapkan.

2. *Price Level* diklasifikasikan menjadi tiga tingkatan yaitu penetapan harga di atas pasar, sama dengan pasar atau di bawah harga pasar.
3. *Discount* merupakan potongan harga yang diberikan dari penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.
4. *Allowances* sama seperti diskon, *allowance* juga merupakan pengurangan dari harga menurut daftar kepada pembeli karena adanya aktivitas-aktivitas tertentu.

2.2.2 Tujuan Penentuan Harga Bagi Konsumen

Menurut Prasentia (2019) Penentuan harga dimaksudkan untuk berbagai tujuan yang hendak dicapai. Secara umum tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut:

1. Untuk bertahan hidup. Dalam hal ini penjual menentukan harga sejumlah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran.
2. Untuk memaksimalkan laba. Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.
3. Untuk memperbesar *market share.* Penentuan harga ini dengan harga yang murah, sehingga diharapkan jumlah

pelanggan meningkat dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

4. Mutu produk. Tujuan adalah memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga jual ditentukan setinggi mungkin.
5. Karena pesaing. Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.

Setelah harga ditetapkan maka harga tersebut dapat dimodifikasi agar dapat menarik konsumen dengan cara:

a. Diskon, yaitu pengurangan harga karena perbedaan jumlah produk yang dibeli, waktu pembelian dan pembayaran.
b. Harga geografis, yaitu penetapan harga dengan ongkos angkut yang disampaikan kepada pembeli.
c. Harga promosi, yaitu harga dibawah daftar harga yang bertujuan untuk menarik pelanggan baru yang menghabiskan persediaan.
d. Harga psikologis, yaitu pembelian harga dengan menggunakan angka ganjil atau tidak utuh dengan harapan memberikan kesan murah.
e. Harga produk baru, yaitu penetapan harga yang akan dipengaruhi oleh daur hidup suatu produk.

2.2.3 Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:278) dikutip oleh Harahap (2015), ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

2.3 Kajian Tentang Gaya Hidup Syariah

2.3.1 Pengertian Gaya Hidup Syariah

Konsep syariah sebagai gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan atau aktivitas yang halal, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya untuk konsumsi sehari-hari dan kesenangan lainnya secara halal dan bagaimana mengalokasikan waktu secara halal juga. Karena sesuatu yang halal dapat dipastikan akan berakibat pada hal yang baik dan secara otomatis juga terhindar dari hal yang buruk.

Dengan mengkonsumsi produk halal, secara otomatis membuat seseorang dalam keadaan sadar dan bijaksana karena bebas dari kandungan alkohol, sehat, pembuatan produk yang aman, bersih (higienis). Jadi intinya halal bukan sekedar diperbolehkan atau tidak bahkan sah menurut ajaran Islam tetapi pada suatu hal yang sama juga halal mengandung arti bahwa apapun yang kita lakukan atau kita konsumsi harus barang yang murni, bersih secara higienis, menyehatkan, baik atau tayyib dan dapat dibenarkan secara moral (Ismailia, 2018).

Menurut Nomiasari (2019) Dalam perspektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan pada bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatanya, memilih produk atau jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam suatu kategori jenis produk yang ada. Gaya hidup konsumen merupakan gambaran perilaku seseorang bagaimana dia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Dalam Islam bagaimana seseorang hidup, menggunakan uang, dan memanfaatkan waktu telah diatur dalam Al-Quran dan Sunnah. Gaya Hidup mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respons terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup. Cara berpakaian, cara kerja, konsumsi serta mengisi kesehariannya. Menurut Piliang gaya hidup adalah sebuah pola, artinya sesuatu yang dilakukan atau tampil secara berulang-ulang atau biasa disebut dengan kebiasaan.

Dengan gaya hidup inilah seorang individu menjaga tindakan-tindakanya dalam batas dan kemungkinan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan gaya hidup konsumen muslim adalah cara hidup atau kebiasaan seseorang dilihat dari menjalankan kehidupan, memilih produk atau jasa dan memanfatkan waktu berdasarkan ajaran Islam.

2.3.2 Faktor-Faktor Gaya Hidup Syariah

Nomiasari (2019) Faktor-faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup menurut pendapat Amstrong, gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-

kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjut Amstrong menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal meliputi sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi dengan penjelasannya sebagai berikut :

a. Sikap

Sikap adalah suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosial.

b. Pengalaman dan Pengamatan.

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman.

c. Kepribadian.

Kepribadian adalah gabungan antara karakteristik individu dan cara berperilaku yang membedakan perilaku dari setiap individu.

Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni sebagai berikut:

a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi yaitu sekelompok orang yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh tersebut akan membuat individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b. Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c. Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari sesuatu yang dipelajari dari pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

Terjadinya perubahan gaya hidup dari generasi ke generasi karena adanya perubahan sosial di masyarakat dan lingkungan ekonomi yang berubah. Gaya hidup konsumen juga langsung dipengaruhi oleh pendidikan dan pendapatan konsumen.

2.3.3 Indikator Gaya Hidup Syariah

Menurut Ismailia (2018) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya indikator dari gaya hidup yaitu :

a. Aktivitas adalah sebuah kegiatan untuk mencapai kesenangan hidup, sebagian besar perhatiannya ditujukan kepada lingkungan diluar rumah, cenderung memilih-milih teman, ingin menjadi pusat perhatian sehingga mereka tidak segan-segan membeli barang mahal.
b. Minat adalah gaya hidup yang menjadikan kenikmatan sebagai tujuan aktivitas apapun yang dilakukan hanya demi mencapai kenikmatan dan kesenangan hidup.
c. Opini adalah pendapat atau masukan yang diterima sebagai bahan pertimbangan untuk kemajuan dan meningkatkan mutu kualitas gaya hidup seseorang. Saat ini konsumen hidu/p dengan berbagai kebutuhan yang bervariasi dimana perusahaan harus memenuhi kebutuhan konsumen dengan menciptakan berbagai produk barang dan jasa yang diperlukan oleh konsumen.

Sedangkan menurut Nomiasari (2019) Islam membentuk jiwa dan pribadi yang beriman, bertakwa, bersyukur dan menerima. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut. Bentuk pola hidup bagi seorang konsumen muslim menjalankan kehidupan, membelanjakan uang, dan memanfaatkan waktu dalam memilih produk dan jasa adalah sebagai berikut :

1. Menjalankan kehidupan. Dalam menjalankan kehidupan seorang muslim harus merujuk pada pola hidup berikut :
   a. *Simple Living* (Hidup Sederhana)

      Agar tercipta mental baik berhubungan dengan gaya hidup, Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam memenuhi kebutuhannya secara sederhana, yaitu pola hidup seorang muslim yang memenuhi kebutuhan hidupnya dengan wajar. Islam mencegah ke gaya hidup mewah. Agar tercipta mental yang baik berhubungan dengan gaya hidup, Allah SWT memerintahkan manusia agar dalam memenuhi kebutuhannya secara sederhana, tengah-tengah dan tidak boros dalam pengeluaran. Allah SWT berfirman :

      Artinya : Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid. Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (QS Al-Araf 7:31).

2. Memilih Produk atau Jasa

a. Halal

Gaya Hidup Halal merupakan cara hidup seseorang yang selalu mengonsumsi segala sesuatu yang telah terjamin diperbolehkan baik dari segi wujud, zat kandungannya dan cara memperolehnya. Allah subhanahu wa ta'ala melarang membelanjakan harta pada perkara-perkara yang terlarang. Sebagaimana dijelaskan pada ayat berikut :

Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.(QS.Al Baqarah 2:168)

b. Thayib atau Baik

Cara hidup seseorang yang selalu menjunjung tinggi kepantasan atau kebaikan dari komoditas yang dikonsumsi. Misalnya : memakan makanan yang berasal dari hewan yang telah sakit, berlaga, jatuh, atau sisa makanan binatang buas. Hal ini pula dijelaskan dalam Al-Quran sebagai berikut :

Artinya : Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang

buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa,sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (QS Al-Maidah 6 :3)

c. Bersih

Cara hidup seorang muslim yang selalu menjaga kebersihan dalam artian barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran atau najis, penyakit, demikian juga harus menyehatkan, bernilai gizi, memiliki manfaat tidak mempunyai kemudharatan. Secara luas, bersih berarti bebas dari segala sesuatu yang tidak diberkahi atau tidak diridhoi Allah SWT. Makna bersih ataupun suci dalam aktifitas ekonomi tidak hanya secara fisik, tetapi juga non fisik seperti kesucian jiwa dan harta manusia,

sehingga terbebas dari kotoran rohani, sebagaimana firman Allah SWT :

Artinya : Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui. (QS. At-Taubah ayat 103)

3. Memanfaatkan Waktu

   a. Hemat

      Gaya hidup dikatakan hemat apabila selalu mengonsumsi komoditas sesuai dengan *budget,* membeli kebutuhan seperlunya sesuai dengan kemampuan, tidak boros atau berlebihan. Seseorang yang selalu menerapkan hidup hemat tidak hanya berorientasi pada kebutuhan sesaat atau kebutuhan pada saat itu saja, tetapi juga mengalokasikan pendapatan dengan pengelolaan yang baik untuk jangka panjang, artinya kebutuhan untuk saat ini,dan masa depan juga menjadiprioritas yang harus dipersiapkan. Hal ini dijelaskan dalam ayat berikut :

      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. (Qs. Al-Furqan ayat 67)

2.4 Minat Beli Masyarakat

2.4.1 Pengertian Minat Beli

Minat beli merupakan rasa ketertarikan yang dialami oleh konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa) yang dipengaruhi oleh sikap diluar konsumen dan di dalamnya konsumen itu sendiri. Kotler dan Keller (dalam Adi 2015:36) dikutip oleh Hakim (2017) menyatakan bahwa minat beli kosumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan untuk memilih, menggunakan, mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan.

Minat beli *(willingness to buy)* merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahapan dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan,kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Sukmawati dan Suyono dalam pramono, 2012) dikutip oleh Yoebrilianti (2018).

2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli

Beberapa faktor yang membentuk minat beli konsumen (Kotler,2005) dikutip oleh (Yoebrilianti, 2018) yaitu:

a. Sikap orang lain,maksudnya sejauh mana sikap orang lain itu dapat mengurangi alternatif yang disukai

seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu, intensitas sifat negatif orang lain terhadap alterenatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

b. Faktor situasi yang terantisipasi,faktor ini nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri, apakah dia percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak.

Minat beli dibentuk oleh pengaruh sikap konsumen terhadap suatu produk dan keyakinan mereka akan kualitas dan harga. Dalam hal ini pemasar harus mengerti keinginan konsumen. Minat beli konsumen yaitu sikap, minat dan tindakan yang dilakukan konsumen dalam proses pengambilan keputusan dan merencanakan pembelian terhadap jumlah merk. Minat konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik produk, pemilihan terhadap manfaat dari suatu produk dan harga yang ditentukan oleh pemasar.

Menurut Keller (2012 : 113) dikutip oleh Sudrajat (2017), minat beli konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen untuk membeli suatu merek atau berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Keller menjelaskan bahwa minat beli dapat diidentifikasikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.4.3 Indikator Minat Beli

Menurut Crow dan Crow dalam Fajri (2018) mengemukakan ada tiga faktor utama yang mempengaruhi minat antara lain:

1. Faktor dari dalam individu, yaitu dorongan atau keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang merupakan rasa ingin tahu atau dorongan untuk menghasilkan sesuatu yang baru atau berbeda yang akan menimbulkan minat tertentu. Misalnya dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, dan lain-lain.
2. Faktor motif sosial, yaitu motif yang dikarenakan adanya hasrat yang berhubungan dengan faktor dari diri seseorang sehingga menimbulkan minat tertentu. Faktor

ini menimbulkan seseorang menaruh minat terhadap suatu aktifitas agar dapat diterima atau diakui oleh lingkungan. Misalnya minat untuk belajar timbul karena ingin mendapat pengahragaan dari masyarakat atau seseorang berminat pada prestasi tertinggi agar status sosial yang lebih tinggi pula.

3. Faktor emosional atau perasaan, yaitu motif yang berkaitan dengan perasaan emosi yang berupa dorongan-dorongan, motif-motif, respon-respon emosional dan pengalaman yang diperoleh individu.

2.5 Keterkaitan Antara Variabel

2.5.1 Keterkaitan Variabel Lokasi dengan Minat Beli

Menurut Kurniawan (2018) variabel lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan (Rambat Lupiyoadi, 2001). Komponen yang menyangkut lokasi (Tjiptono, 2008) meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratnasari, Aprillia Dewi (2015) memberikan temuan empiris bahwa Lokasi berpengaruh berpengaruh secara

parsial terhadap keputusan pembelian di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya.

2.5.2 Keterkaitan Variabel Harga dengan Minat Beli

Menurut Rizki (2018) dalam penelitiannya bahwa dalam membeli suatu produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan harganya Sweeney,et.al, (2001). Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian. Harga seringkali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk. Para konsumen tertarik untuk mendapatkan harga yang pantas Harga yang pantas berarti nilai yang di persepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan. Konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan harga yang mahal berarti mempunyai kualitas yang baik, sedangkan apabila harga yang murah mempunyai kualitas yang kurang baik.

2.5.3 Keterkaitan Variabel Gaya Hidup Syariah dengan Minat Beli

Menurut kotler dan Armstrong bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang. Dimana gaya hidup merupakan karakteristik yang ada pada keputusan pembelian yaitu faktor pribadi dari seseorang. Menurut Amirullah setiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang

didorong oleh sebuah kekuatan yang biasa kita sebut motivasi. Kekuatan yang melekat pada setiap individu tersebut sebagai factor yang terdapat dalam diri konsumen. Kekuatan individu terdiri dari pengalaman dan memori, kepribadian dan konsep diri, motivasi dan keterlibatan, sikap serta gaya hidup (Ismailia, 2018).

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dapat disajikan sebagai dasar pertimbangan bagi peneliti. Begitu pula halnya dengan penelitian ini, terdapat berbagai penelitian terdahulu dengan topik mengenai lokasi, harga, religiusitas dan minat beli. Beberapa penelitian yang sejenis dapat dilihat pada tabel 2.1

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Kasriman / 2017	Motivasi Masyarakat Melakukan Olahraga Rekreasi Melalui Program Car Free Day di Jakarta	Pendekatan penelitian kualitatif dan kuantitatif	Motivasi masyarakat terhadap olahraga rekreasi melalui CFD di Jalan Sudirman Jakarta memiliki persentase sebesar 52% berada di atas harga rata-rata, sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi masyarakat terhadap olahraga rekreasi melalui CFD di Jalan Sudirman Jakarta cukup tinggi. Ketersediaan ruang terbuka olahraga merupakan bagian terpenting bagi pembentukan suasana kondusif masyarakat yang berbudaya olahraga.

Tabel 2.2
Lanjutan

2.	Retno Wulan Sekarsar, Suyeno / 2018	Evaluasi Kebijakan Penyelenggaraan Hari Bebas Kendaraan Bermotor (Car Free Day) di Kota Malang	Jenis penelitian deskriptif–kualitatif	Program Car Free Day secara umum sudah dapat menjadi salah satu program untuk masyarakat dalam memulihkan kualitas udara bagi masyarakat Kota Malang dengan menurunkan penggunaan kendaraan sepeda motor agar menciptakan zona baru dengan kualitas udara yang baik, namun dalam implementasinya masih memilki kekurangan. Pelaksana program Car Free Day di Kota Malang adalah Dinas perhubungan Kota Malang, Lingkungan Hidup, Dinas Perumahan dan Kawasan Permukiman, Satpol PP dan juga masyarakat.
3.	Abdul Latief / 2018	Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa)	Metode analisis regresi linier bergand a	Nilai F sig sebesar 0,000. Oleh karena nilai F sig 0,000 < 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa varibel produk, harga, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada warung jahe.

Tabel 2.2
Lanjutan

4.	Yasinta Ismailia / 2018	Pengaruh Gaya Hidup Syariah dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Klinik Kecantikan Muslimah Aishaderm	Metode Kuantitatif teknik sampel *non Probability*	Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut sesuai jika dikaitkan dengan keputusan pembelian terbukti dari hasil statistika yang menyatakan bahwa variabel gaya hidup syariah dan harga mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 44,6%
5.	Rahmad Rizki / 2018	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Konsumen Matahari *Department Store* Mall Ska Pekanbaru)	Metode kuantitatif dan kualitatif	Dari hasil penelitian terbukti bahwa kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen memiliki pengaruh dari hasil uji analisis linier berganda, uji F atau simultan**.**

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Abdul Latief (2018), mahasiswa program S1 manajemen fakultas ekonomi universitas samudera. Yang berjudul "Analisis Pengaruh Produk,

Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa." Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Abdul Layief (2018) ini menyatakan bahwa secara parsial harga, lokasi dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada warung wedang jahe. Sedangkan secara simultan harga, lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada warung wedang jahe. Persamaan antara penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel lokasi dan harga yang mempengaruhi minat beli. Adapun perbedaannya adalah selain menggunakan variabel lokasi dan harga penelitian yang dilakukan oleh Abdul Latief menggunakan variabel promosi yang mempengaruhi minat beli sedangkan penelitian ini selain menggunakan lokasi dan harga juga menggunakan variabel gaya hidup syariah yang mempengaruhi minat beli.

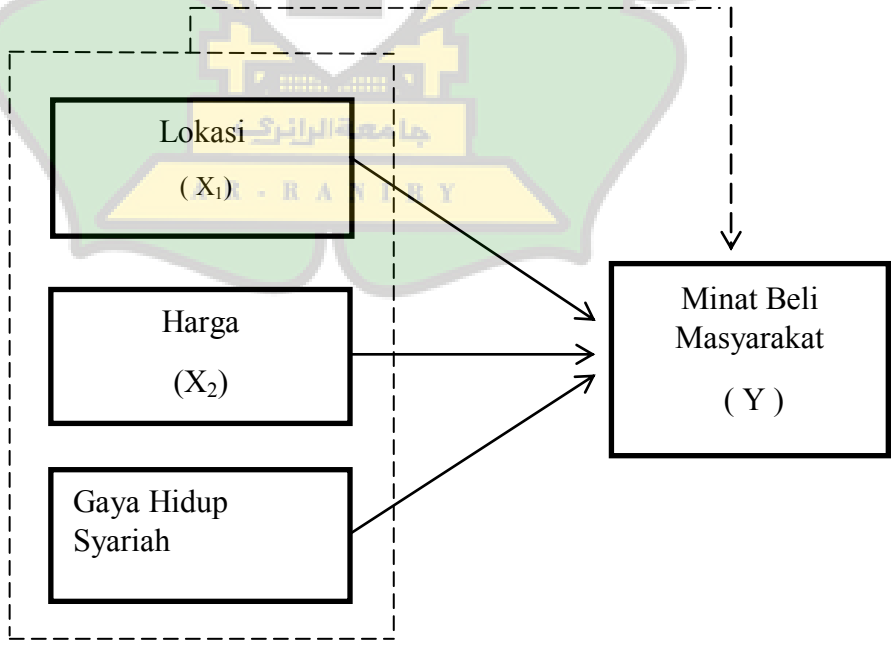
Penelitian kedua yang dilakukan oleh Yasinta Ismailia (2018), mahasiswa program S1 Manajemen fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri sunan ampel Surabaya. Yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup Syariah dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Klinik Kecantikan Muslimah Aishaderm". Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Yasinta Ismailia ini menyatakan bahwa secara parsial gaya hidup dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada klinik kecantikan Aishaderm. Sedangkan secara simultan gaya hidup dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada klinik kecantikan

Aishaderm sebesar 44,6 %. Persamaan antara penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel gaya hidup syariah dan harga yang mempengaruhi minat beli. Adapun perbedaannya adalah penelitian Yasinta Amailia hanya menggunakan variabel gaya hidup syariah dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan penelitian ini selain menggunakan gaya hidup syariah dan harga juga menggunakan variabel lokasi yang mempengaruhi minat beli.

2.7 Kerangka Penelitian

Berdasarkan Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini dengan penjelasan gambaran sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



Berdasarkan Gambar 2.1, menjelaskan bahwa pengaruh variable lokasi,harga dan gaya hidup syariah berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap minat beli.

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang perlu diuji kebenarannya oleh karena itu hipotesis berfungsi sebagai kemungkinan untuk menguji suatu kebenaran suatu teori. Jika hipotesis sudah diuji dan membuktikan kebenarannya, maka hipotesis tersebut menjadi suatu teori. Berdasarkan latar belakang penelitian, temuan penelitian terkait dan kerangka penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah:

H_1 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

H_2 : Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

H_3 : Gaya Hidup Syariah berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

H_4 : Lokasi, harga dan gaya hidup syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang mengacu pada pendekatan kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Penelitian ini akan dilakukan di Area Simpang Lima Kota Banda Aceh. Objek penelitian adalah masyarakat yang mengikuti kegiatan *Car Free Day* (CFD) di Kota Banda Aceh.

3.2 Populasi dan Penarikan Sampel

Populasi adalah kumpulan (keseluruhan) unsur atau individu yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian. Karakteristik di sini ditafsirkan sebagai sifat-sifat yang ingin diketahui atau diamati pada suatu penelitian dan keadaannya senantiasa berubah-ubah. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang pernah atau sudah beberapa kali membeli berbagai jenis dagangan di pedagang pada aktivitas *Car Free Day* di Area Simpang Lima Kota Banda Aceh. Menurut survey penelitian ada 30-50 lapak pedagang pada aktivitas *Car Free Day,* yang bisa diperkirakan rata-rata terdapat 100-500 masyarakat yang datang setiap hari minggu.

Dalam penelitian ini penulis mengunakan menggunakan *Non Probability Sampling,* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012). Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* (penentuan sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti) dengan kriteria minimal tiga kali masyrakat yang datang ke *Car Free Day*. Indrawan dan Yaniawati (2014:102) ada beberapa formulasi sampel menurut pakar salah satunya menurut Roscoe (1975) memberikan beberapa panduan antara lain:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat
3. Dalam penelitian *multivariate* (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan control eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran smpel kecil antara 10-20.

Mengacu pada pendapat diatas maka sampel penelitian ini adalah 100 responden peserta yang mengikuti kegiatan *Car Free Day* di Area Simpang Lima Kota Banda Aceh dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data secara primer. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari jawaban responden yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner dari variabel lokasi, harga, gaya hidup syariah dan minat beli konsumen. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui pernyataan tertulis dengan membagikan kuesioner pada masyarakat yang menjadi sampel penelitian yakni masyarakat pada aktifitas *Car Free Day* di Area Simpang Lima Kota Banda Aceh untuk memperoleh data yang berkaitan dengan gambaran deskriptif populasi atau subyek penelitian.

Untuk memperoleh data-data dalam penelitian, penulis menggunakan metode dengan menggunakan angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya-jawab dengan responden). Metode ini yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, Adapun kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang disajikan dalam

bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda (√) pada kolom atau tempat yang sesuai.

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala interval dalam bentuk skala likert dengan interval 1-5. Pemberian skala dimaksud untuk memberikan bobot atau skor terhadap masing-masing alternatif pilihan jawaban pada masing-masing pertanyaan seperti tabel 3.1.

Tabel 3.1
Alternatif jawaban kuesioner penelitian

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

3.5 Operasional Variabel

Variabel yang dioperasionalkan dalam penelitian ini terdiri dari Lokasi, Harga dan gaya hidup syariah sebagai variabel independen dan Minat Beli Masyarakat sebagai variabel dependen. Definisi dan indikator masing-masing variabel dijelaskan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Interval
Lokasi (X1)	Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatanuntuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Prasentia, 2019)	Lokasi yang strategis	1-5	Interval
		Mudah dijangkau	1-5	Interval
		Kelancaran akses menuju lokasi	1-5	Interval
		Kesediaan lahan parkir	1-5	Interval
		Memiliki tempat yang luas	1-5	Interval
Harga (X_2)	Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya (Harahap, 2015)	Keterjangkauan harga	1-5	Interval
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	1-5	Interval
		Daya saing harga	1-5	Interval
		Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	1-5	Interval
Gaya Hidup Syariah (X_3)	Gaya hidup konsumen muslim adalah cara hidup atau kebiasaanseseorang dilihat dari Menjalankan Kehidupan, Memilih Produk atau Jasa dan Memanfatkan waktuberdasarkan ajaran Islam (Nomiasari, 2019)	Aktivitas	1-5	Interval
		Bersih	1-5	Interval
		Pendapat	1-5	Interval

Tabel 3.2
Lanjutan

Minat Beli Masyarakat (Y)	Minat beli merupakan rasa ketertarikan yang dialami oleh konsumenterhadap suatu produk (barang atau jasa) yang dipengaruhi oleh sikap diluar konsumen dan didalamnya konsumen itu sendiri (Fajri, 2018)	Dorongan dari dalam individu	1- 5	Interval
		Motif sosial	1- 5	Interval
		Faktor emosional	1- 5	Interval

3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, perlu segera dilakukan olah data. Pada penelitian kuantitatif kegiatan analisis datanya meliputi pengolahan data dan penyajian data, melakukan perhitungan untuk mendeskripsikan data dan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Metode untuk mengolah data menggunakan SPSS. Sedangkan metode analisis data yang peneliti gunakan, yaitu:

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk keperluan analisis ini, penulis

dibantu dengan komputer program SPSS. Menurut Situmorang dan Lufti (2015:86) dikutip oleh Sulaeman (2018) validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sekiranya peneliti ingin mengukur kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Setelah kuesioner tersebut tersusun dan teruji validitasnya, dalam praktik belum tentu data yang terkumpulkan adalah data yang valid, dengan kriteria sebagai berikut:

Jika r hitung > r tabel, maka pertanyaan dinyatakan valid

Jika r hitung < r tabel, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Situmorang dan Lutfi (2015:89) dikutip oleh Sulaeman (2018) menyatakan, "Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan". Uji reliabilitas dilakukan dengan menguji butir pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditemukan reliabilitasnya dengna bantuan program SPSS. Variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria sebagai berikut:

Jika r-alpha positif dan lebih besar dari r-tabel maka pernyataan reliable

Jika r-alpha negatif dan lebih kecil dari r-tabel maka pernyataan tidak reliabel.

3.6.2 Rancangan Pengujian Hipotesis

Ada beberapa rancangan yang akan digunakan dalam melakukan pengujian hipotesis, dalam penelitian ini antara lain:

3.6.2.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji t melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Hasil pengujian ini kemudian dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai sig > a

H_0 ditolak jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai sig < a

Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan jika H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Rancangan pengujian hipotesis statistik ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) yaitu Lokasi (X_1), Harga (X_2) dan Gaya Hidup Syariah (X_3) terhadap Minat Beli Masyarakat (Y).

3.6.2.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F adalah pengujian terhadap koefesien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh

semua variabel independen yang terdapat didalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikasi pengaruh Lokasi, Harga dan Gaya Hidup Syariah terhadap Minat Beli Masyarakat. Hasil pengujian ini dibandingkan dengan F_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5 % dengan kriteria sebagai berikut:

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau sig < a

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau sig >a

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Denziana et al, (2014) ada beberapa macam pengujuan atau uji asumsi klasik yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah memiliki distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yakni: jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih Kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Hair (Priyatno,2010), dikutip oleh (Denziana et al, 2014) variabel yang menyebabkan multikolinearitas dapat dilihat dari nilai toleransi yang lebih kecil dari 0,1 atau nilai VIF yang lebih besar dari nilai 10. Tujuan dilakukan uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik sebaiknya terbebas dari korelasi di antara variabel independen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Jannah (2018) Uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Kurniawan, 2014). Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengematan lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas dalam model atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Sarjono & Julianiti, 2011). Adapun kriterianya adalah :

a. Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas signifikansi > α (0.05)
b. Terjadi gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas signifikansi < α (0.05)

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan dua atau lebih variabel bebas (x1,x2,x3,…,xn) terhadap variabel terikat (Y). Rumus linier berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \quad (3.1)$$

Keterangan :

Y = Minat Beli Masyarakat

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi

X_1 = Lokasi

X_2 = Harga

X_3 = Gaya Hidup Syariah

3.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang perlu diuji kebenarannya oleh karena itu hipotesis berfungsi sebagai kemungkinan untuk menguji suatu kebenaran suatu teori. Jika hipotesis sudah diuji dan membuktikan kebenarannya, maka hipotesis tersebut menjadi suatu teori. Berdasarkan latar belakang penelitian, temuan penelitian terkait dan kerangka penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah:

H_{a1} : terdapat pengaruh secara parsial lokasi terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

H_{01} : tidak terdapat pengaruh secara parsial lokasi terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

H_{a2} : terdapat pengaruh secara parsial harga terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

H_{02} : tidak terdapat pengaruh secara parsial harga terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

H_{a3} : terdapat pengaruh secara parsial gaya hidup syariah terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

H_{03} : tidak terdapat pengaruh secara parsial gaya hidup Syariah terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

H_{a4} : terdapat pengaruh secara simultan lokasi, harga dan gaya hidup syariah terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

H_{04} : tidak terdapat pengaruh simultan lokasi, harga dan gaya hidup Syariah terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* di Kota Banda Aceh

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Car Free Day adalah kawasan bebas dari kendaraan bermotor, bebas polusi udara dan bersih dari sampah-sampah, nyaman beserta aman. *Car free day* juga merupakan sebuah kegiatan kampanye untuk mengurangi tingkat pencemaran udara di kota-kota besar di seluruh dunia yang disebabkan oleh kendaraan bermotor. Bermula pada tanggal 25 November 1956, Belanda melaksanakan *Car Free Day* setiap hari minggu, Kemudian Perancis pada tahun 1995 melaksanakan pesta memperingati Green Transport Week di kota bath, semua masyarakat turun ke jalan untuk merayakan acara tersebut. Inilah perjalanan panjang sejarah kegiatan *Car Free Day*, yang pada akhirnya kegiatan ini diperingati setiap tanggal 22 September di seluruh dunia. Di Banda Aceh, kegiatan *Car Free Day* pertama kali diadakan pada tahun 2012 (Auliani, 2019).

Car Free Day di Banda Aceh merupakan suatu terobosan baru untuk menjaga lingkungan. *Car Free Day* lahir atas dasar komitmen walikota Banda Aceh. Kegiatan yang biasanya dilakukan pengunjung ketika berada di lokasi *Car Free Day* adalah senam jantung sehat yang rutin ada setiap minggunya, ada juga yang hanya bersepeda mengelilingi area *Car Free Day*. Tidak sedikit juga pengunjung yang hadir hanya untuk mencicipi kuliner yang

ditawarkan oleh para pedagang. Selain itu di *Car Free Day* juga banyak membuat event-event atau kegitan seperti simulasi fire fighter, penggalangan dana, peringatah hari anak nasional serta memperingati hari jadi Kota Banda Aceh. Adapun lokasi dari kegiatan Car Free Day ini adalah dari simpang jambotape sampai simpang lima Kota Banda Aceh jalan Daud Beureuh Banda Aceh.

4.1.1 Visi dan Misi Kegiatan *Car Free Day*

Visi dapat di artikan sebagai tujuan perusahaan atau lembaga dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuannya tersebut pada masa yang akan datang atau masa depan, sedangkan misi di artikan sebagai tujuan dan alasan mengapa perusahaan atau lembaga tersebut dibuat. Adapun visi misi kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh yaitu *Car Free Day* atau hari-hari bebas berkendaraan bermotor menjadi ruang terbuka baru bagi masyarakat Banda Aceh sebagai tempat olah raga, pusat jajanan kuliner, komunitas dan silaturahmi. *Car Free Day* juga dimanfaatkan berbagai perusahaan multinasional hingga perusahaan pemerintah sebagai tempat ajang promosi. Adapun dalam penerapan kegiatan *Car Free Day* nanti akan dikemas terorganisir dengan perpaduan olahraga, hiburan, edukasi tematik di setiap pelaksaan. Adapun audiensi dalam kegiatan *Car Free Day* antara lain :

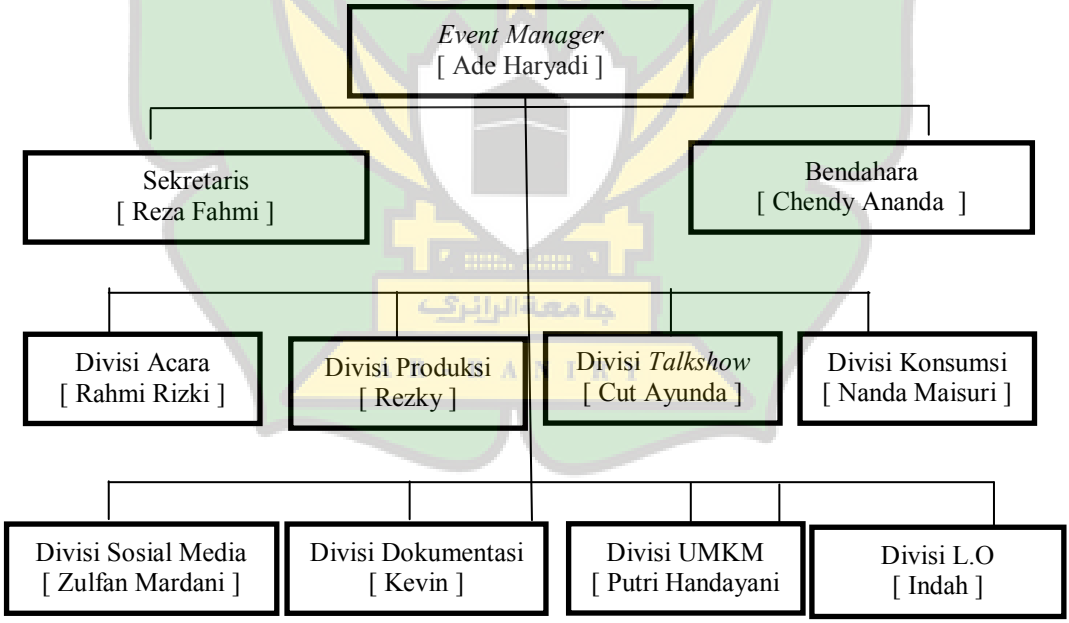
1. Pelaku UMKM (data yang tercatat ke form UMKM CFD tercatat lebih dari 300 UMKM yang mendaftar)

2. FORKOPIMDA (para tamu VIP walikota atau wakil walikota serta SKPK yang setiap minggunya hadir)
3. Masyarakat umum atau komunitas (kurang lebih 1.000 masyarakat serta komunitas yang hadir dan beraktivitas setiap minggunya)

4.1.2 Struktur Kepengurusan *Car Free Day*

Struktur adalah sebuah susunan yang dibuat untuk mengatur silsilah, keturunan atau tingkat formal. Adapun struktur kepengurusan *Car Free Day* sebagai berikut :

Gambar 4.1 Struktur kepengurusan *Car Free Day*



Sumber : CEO *Car Free Day*

4.2 Hasil Penelitian

Penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden masyarakat yang mengikuti kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh. Maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik adalah kualitas tertentu atau ciri khas dari seseorang atau sesuatu. Penelitian ini menguraikan mengenai lokasi, harga dan gaya hidup syariah terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh. Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Karakteristik responden yang menjadi sampel dalam dalam penelitian ini dikelompokkan menurut umur, jenis kelamin dan pekerjaan. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 masyarakat yang mengikuti kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh.

Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka akan disajikan tabel mengenai data responden sebagai berikut ini.

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 2 kelompok yaitu laki-laki dan perempuan. Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	48	48,0	48,0	48,0
	Perempuan	52	52,0	52,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden, terdapat 48 orang atau 48% berjenis kelamin laki-laki, sedangkan jumlah yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 52 orang atau 52%. Dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang paling dominan atau paling sering datang ke *Car Free Day* di Kota Banda Aceh adalah perempuan.

b. Umur

Pengelompokkan umur responden dalam penelitian ini terdiri dari 4 kelompok yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Umur Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-28 tahun	84	84,0	84,0	84,0
	29-39 tahun	13	13,0	13,0	97,0
	40-50 tahun	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden sebanyak 84 orang atau 84% yang berusia 18-28 tahun, sebanyak 13 orang atau 13% yang berusia 29-39 tahun, sebanyak 3 orang atau 3% yang berusia 40-50 tahun. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan masyarakat atau yang lebih dominan sering datang ke *Car Free Day* Kota Banda Aceh sekitar usia 18-28 tahun.

c. Pekerjaan

Adapun pekerjaan responden terdiri dari 4 kelompok yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	9	9,0	9,0	9,0
	Wiraswasta	23	23,0	23,0	32,0
	Mahasiswa	52	52,0	52,0	84,0
	Lainnya	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden. Sebanyak 9 orang atau 9% pekerjaannya PNS, sebanyak 23 orang atau 23% pekerjaannya wiraswasta, sebanyak 52 orang atau 52% pekerjaannya mahasiswa dan sebanyak 16 orang atau 16% lainnya. Dapat disimpulkan mayoritas pekerjaan masyarakat

yang mengunjungi *Car Free Day* Kota Banda Aceh adalah Mahasiswa.

d. Kunjungan ke *Car Free Day* Kota Banda Aceh

Adapun data mengenai kunjungan responden masyarakat yang mengikuti kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh sebagai berikut :

Tabel 4.4
Kunjungan *Car Free Day* Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3-5 kali	63	63,0	63,0	63,0
	6-9 kali	18	18,0	18,0	81,0
	>10 kali	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden sebanyak 63 orang atau 63% yang mengunjungi CFD 3-5 kali, sebanyak 18 orang atau 18% yang mengunjungi CFD 6-9 kali, sebanyak 19 orang atau 19% yang mengunjungi CFD >10 kali. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan masyarakat atau yang lebih dominan sering mengunjungi *Car Free Day* Kota Banda Aceh sebanyak 3-5 kali.

4.3 Hasil Pengujian Data

4.3.1 PengujianValiditas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel, diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5 % (2-tailed) dengan persamaan sebagai berikut: t tabel = n – k = 100–3 = 97 = 1,985 (dilihat dalam t-tabel). Keterangan : n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel bebas (Rizki, 2018). Berikut ini adalah hasil yang diberikan kepada 100 reponden dengan memberikan 15 butir pertanyaan yang dibagi menjadi 4 variabel utama yaitu variabel lokasi (X_1) sebanyak 5 butir pertanyaan, variabel harga (X_2) sebanyak 4 butir pertanyaan, variabel gaya hidup syariah (X_3) sebanyak 3 butir pertanyaan dan variabel minat beli (Y) sebanyak 3 butir pertanyaan, menggunakan rumus df = n-k=100-3=97 dengan rtabel menunjukkan 97 dengan ketentuan apabila rhitung > rtabel maka pernyataan tersebut dapat dikatakan valid tetapi jika rhitung < rtabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid, dimana nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05 adalah 0,197. Hasil uji validitas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Lokasi (X1)	X1.1	0,599	0,197	Valid
		X1.2	0,699	0,197	Valid
		X1.3	0,723	0,197	Valid
		X1.4	0,682	0,197	Valid
		X1.5	0,632	0,197	Valid
2	Harga (X2)	X2.1	0,712	0,197	Valid
		X2.2	0,781	0,197	Valid
		X2.3	0,653	0,197	Valid
		X2.4	0,704	0,197	Valid
3	Gaya Hidup Syariah (X3)	X3.1	0,857	0,197	Valid
		X3.2	0,882	0,197	Valid
		X3.3	0,715	0,197	Valid
4	Minat Beli (Y)	Y1.1	0,839	0,197	Valid
		Y1.2	0,824	0,197	Valid
		Y1.3	0,820	0,197	Valid

Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Hasil output SPSS pada tabel 4.5 diperoleh data yang menyatakan bahwa dari 15 item pertanyaan yang diberikan kepada

100 responden ditemukan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel yang berarti seluruh item pertanyaan dinyatakan valid.

4.3.2 Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur yang akan digunakan adalah cronbach's alpha melalui program komputer SPSS. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai cronbach's alpha > 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Nilai *Cronbach Alpha*	Keterangan
1	Lokasi (X_1)	5	0,672	Reliabel
2	Harga (X_2)	4	0,667	Reliabel
3	Gaya Hidup Syariah (X_3)	3	0,775	Reliabel
4	Minat Beli (Y)	3	0,767	Reliabel

Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Hasil output SPSS pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki *cronbach's alpha* > 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dalam kuesioner ini handal atau *reliabel*. Berarti setiap item mampu memperoleh

data yang konsisten yang berarti bila pertanyaan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

4.4.Pengujian Asumsi Klasik

4.4.1 Pengujian Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah memiliki distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yakni: jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih Kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

Penelitian ini juga didukung oleh uji statistik menggunakan grafik P-P Plot dengan melihat penyebaran data disekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal dapat dikatakan normal. Akan tetapi, jika penyebaran data jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal dapat dikatakan tidak memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.7
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,25979752
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,027
	Negative	-,070
Kolmogorov-Smirnov Z		,698
Asymp. Sig. (2-tailed)		,714

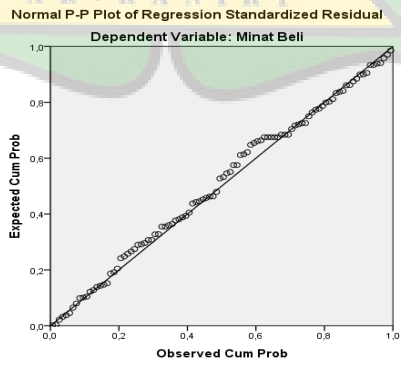
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Dari hasil tabel uji normalitas *one-sample kolmogorov-smirnov test* di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini memiliki nilai signifikan sebesar 0,714 lebih besar dari 0,05 maka nilai tersebut berdistribusi normal.

Gambar 4.1 Gambar Normal P-P Plot



Grafik normal P-P plot di atas menunjukkan hasil dimana penyebaran titik-titik data searah dan mengikuti garis diagonal yang berarti residual data berdistribusi normal.

4.4.2 Pengujian Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan keadaaan dimana ada hubungan linier secara sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Menurut Hair (Priyatno, 2010), dikutip oleh (Denziana et al, 2014) variabel yang menyebabkan multikolinearitas dapat dilihat dari nilai toleransi yang lebih kecil dari 0,1 atau nilai VIF yang lebih besar dari nilai 10. Tujuan dilakukan uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik sebaiknya terbebas dari korelasi di antara variabel independen. Hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini seperti terlihat dalam Tabel 4.8.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,454	1,220		-,372	,710		
	Lokasi	,153	,067	,184	2,269	,026	,708	1,412
	Harga	,339	,069	,417	4,908	,000	,645	1,551
	Gaya Hidup Syariah	,283	,074	,307	3,811	,000	,718	1,394

a. Dependent Variable: Minat Beli
Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Dari hasil di atas dapat dilihat nilai *tolerance* pada semua variabel X > 0,10 (dimana X_1 = 0,708 ; X_2 = 0,645 ; X_3 = 0,718) maka diantara variabel tidak terjadi multikolinearitas. Jika dilihat dari hasil perhitungan VIF, bahwa nilai VIF pada semua variabel X < 10 (dimana X_1 = 1,412 ; X_2 = 1,551 ; X_3 = 1,394), maka antara *tolerance* ataupun VIF sama-sama menunjukkan hasil yang sama yaitu diantara variabel tidak terjadi multikolinearitas.

4.4.3 Pengujian Heteroskedastisitas

Menurut Jannah (2018) Uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi, terjadi ketidaksamaan

varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas dalam model atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Sarjono & Julianiti, 2011). Adapun kriterianya adalah :

a. Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas signifikansi > α (0.05)
b. Terjadi gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas signifikansi < α (0.05)

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,144	1,130		,128	,899
	Lokasi	-,029	,042	-,080	-,696	,488
	Harga	,304	,173	,208	1,750	,084
	Gaya Hidup Syariah	,073	,044	,186	1,644	,104

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Dasar pengambilan keputusan uji heteroskadastisitas pada penelitian ini yakni menggunakan uji *Glejser* dimana dan apabila nilai signifikansi >0,05 maka tidak terjadi heteroskadastisitas dan apabila nilai signifikansi <0,05 maka terjadi heteroskadastisitas namun berdasarkan output diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel Lokasi sebesar 0,488 yang berarti bebas

dari heteroskedastisitas, nilai dari variabel Harga sebesar 0,084 yang berarti bebas dari heteroskedastisitas dan nilai dari variabel Gaya Hidup Syariah sebesar 0,104 yang berarti tidak terjadi heteroskadastisitas pada penelitian tersebut.

4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi liniear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga dan gaya hidup syariah terhadap minat beli. Selain itu untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,132	1,938		3,680	,000
	Lokasi	,124	,073	,154	1,700	,093
	Harga	-1,083	,298	-,340	-3,638	,000
	Gaya Hidup Syariah	,295	,076	,347	3,899	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Berdasarkan tabel 4.10 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 7{,}123 + 0{,}124\ X_1 - 1{,}083\ X_2 + 0{,}295\ X_3 + e}$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda di atas memberikan penjelasan bahwa:

a. Nilai konstantan (β0) sebaesar 7,123 artinya jika lokasi kegiatan *Car Free Day* (X1), harga (X2) dan gaya hidup syariah (X3) dalam keadaan konstanta 0, maka minat beli (Y) nilainya sebesar 7,123.
b. β1 (koefisien regresi X1) sebesar 0,124. Artinya jika variabel lokasi mengalami peningkatan satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan pada minat beli (Y) (karena tanda positif) sebesar 0,124.
c. β2 (koefisien regresi X2) sebesar – 1,083. Hal ini menunjukan bahwa variabel harga berpengaruh negatif. Artinya jika harga yang di tawarkan semakin rendah maka minat beli di *Car Free Day* Kota Banda Aceh akan semakin meningkat.
d. β3 (koefisien regresi X3) sebesar 0,295. Artinya jika variabel gaya hidup syariah mengalami peningkatan satu satuan maka akan menyebabkan kenaikan pada minat beli (Y) (karena tanda positif) sebesar 0,295.

4.6 Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji t dan Uji F, sebagai berikut:

4.6 1 Hasil Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Adapun hasil Uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,132	1,938		3,680	,000
	Lokasi	,124	,073	,154	1,700	,093
	Harga	-1,083	,298	-,340	-3,638	,000
	Gaya Hidup Syariah	,295	,076	,347	3,899	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Berdasarkan pada tabel 4.11 diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli

Diketahui thitung lokasi sebesar 1,700 dan t tabel sebesar 1,985, maka perbandingan t hitung dengan t tabel didapatkan hasil 1,700 < 1,985 atau t hitung < t tabel. Jadi variabel lokasi (X_1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh.

Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah 0,093 > 0,05. Hal ini menunjukkan tingkat signifikan lebih besar daripada tingkat kesalahan, maka Ho diterima dan Ha ditolak yang artinya lokasi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh.

2. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli

Diketahui thitung harga sebesar 3,638 dan t tabel sebesar 1,985, maka perbandingan t hitung dengan t tabel didapatkan hasil 3,638 > 1,985 atau t hitung > t tabel. Jadi variabel harga (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh.

Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan tingkat signifikan lebih besar daripada tingkat kesalahan, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh.

3. Pengaruh Gaya Hidup Syariah terhadap Minat Beli

Diketahui thitung harga sebesar 3,899 dan t tabel sebesar 1,985, maka perbandingan t hitung dengan t tabel didapatkan hasil 3,899 > 1,985 atau t hitung > t tabel. Jadi variabel gaya hidup syariah (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh.

Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan tingkat signifikan lebih besar daripada tingkat kesalahan, maka Ha diterima dan Ho ditolak yang artinya gaya hidup syariah berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh.

Berdasarkan pengujian data empiris menggunakan *SPSS,* pada tabel berikut ditampilkan ringkasan hasil akhir dari pengujian hipotesis yang menjelaskan bahwa pengujian hipotesis (Ha1-Ha2-Ha3) diterima atau pun ditolak. Sehingga dapat lebih mudah mengetahui hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat terlihat secara jelas masing-masing variabel yang telah diukur.

Tabel 4.12
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Hasil Akhir
1.	Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan positif lokasi kegiatan *Car Free Day* terhadap minat beli	H_a ditolak dan Ho diterima
2.	Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif harga yang ditawarkan terhadap minat beli di kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh	H_a diterima dan H_o ditolak
3.	Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif gaya hidup syariah terhadap minat beli di kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh	H_a diterima dan H_o ditolak

4.6 2 Hasil Uji F (Simultan)

Uji F (uji simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Adapun hasil Uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104,808	3	34,936	21,074	,000[b]
	Residual	144,225	87	1,658		
	Total	249,033	90			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Syariah, Lokasi, Harga

Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji F yang dapat dipergunakan untuk memprediksi kontribusi dari variabel lokasi, harga dan gaya hidup syariah terhadap minat beli. Dari perhitungan didapat nilai F hitung sebesar 21,074 dan F tabel sebesar 3,09 yang diperoleh dari df1= k–1 = 4-1= 3 dan df2= n-k= 100-4=96 (dimana k adalah jumlah variabel bebas maupun terikat dan n adalah jumlah sampel), karena nilai F hitung > F tabel (21,074 > 3,09) dan besarnya sig 0.000 < 0,05, maka hal ini menunujukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel independen (lokasi, harga dan gaya hidup syariah) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat beli).

4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefesien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel

independen mempengaruhi. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,649[a]	,421	,401	1,288

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Syariah, Lokasi, Harga
Sumber: Diolah menggunakan SPSS oleh penulis (2020)

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,401. Hal ini berarti 40,1% variabel dependen berupa minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free day* Kota Banda Aceh dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu lokasi, harga dan gaya hidup syariah. Sedangkan sisanya sebesar 59,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.7.1 Pengaruh Lokasi, Harga dan Gaya Hidup Syariah Secara Parsial Terhadap Minat Beli

1. **Lokasi**

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa variabel lokasi memiliki nilai t hitung sebesar 1,700 dan lebih kecil dari t tabel 1,985. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah 0,093 > 0,05. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa lokasi memiliki pengaruh sebesar 0,124 terhadap minat beli. Hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini dikarenakan tujuan awal orang yang datang ke lokasi *Car Free Day* hanya untuk berolahraga seperti senam, bersepeda dan menikmati acara yang diselenggarakan oleh pihak *Car Free Day*. Namun seiring berjalannya waktu dan semakin meningkatnya jumlah pengunjung, maka di lokasi kegiatan *Car Free Day* juga dimanfaatkan oleh pengusaha kecil menengah untuk mempromosikan dagangannya. Sehingga timbul minat beli dari sebagian pengunjung yang hadir di *Car Free Day* Kota Banda Aceh.

Temuan ini sesuai dengan penelitian Jannah (2017) Lokasi toko Mini Market El-Jhon 2 Pagar Dewa Kota Bengkulu tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini disebabkan oleh adanya dorongan kebutuhan dan keinginan yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pelayanan akan tercapai dan dinikmati jika mampu

memberikan nilai baik terhadap kebutuhan konsumen dalam melakukan belanja pada Mini Market El-Jhon 2 Pagar Dewa Kota Bengkulu. Jika lokasi toko mampu membuat konsumen merasa puas dan nyaman untuk belanja di mini market El-Jhon 2 Pagar Dewa Kota Bengkulu dan memberikan fasilitas yang memadai seperti parkir yang luas dan transpotasi yang memadai.

2. Harga

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai t hitung sebesar 3,638 dan lebih besar dari t tabel 1,985. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah 0,000 < 0,05. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa harga memiliki pengaruh sebesar -1,083 (negatif) terhadap minat beli. Artinya jika harga turun maka minat beli di *Car Free Day* Kota Banda Aceh akan meningkatkan . Menurut hukum permintaan menyatakan bahwa bila harga naik maka permintaan barang akan turun, sebaliknya bila harga turun permintaan barang akan naik. Secara fenomena dilapangan, apabila pedagang memberikan diskon dan pemotongan harga maka akan menarik minat beli di lokasi tersebut. Dapat disimpulkan bahwa minat beli dipengaruhi oleh harga yang dipilih konsumen baik dari

kualitas, manfaat yang dirasakan maupun keterjangkauan harga yang ditawarkan.

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Latief (2018), yang menyatakan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif yang berarti apabila harga bernilai satu, maka minat beli konsumen pada warung wedang jahe akan meningkat sebesar 1,470 + 0,222 (1) = 1,692 dengan asumsi varibel independen lain bernilai nol. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Rizki (2018), yang menyatakan bahwa nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif yaitu 0,525, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan harga sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan minat beli sebesar 0,525. Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, dengan adanya harga yang terjangkau yang sesuai dengan manfaat konsumen dapat meningkatkan minat beli pada kosmetik wardah. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian terbukti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

3. Gaya Hidup Syariah

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup syariah memiliki nilai t hitung sebesar 3,899 dan lebih besar dari t tabel 1,985. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 adalah 0,000 < 0,05. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan

bahwa gaya hidup syariah memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa gaya hidup syariah memiliki pengaruh sebesar 0,295 terhadap minat beli. Pengaruh gaya hidup syariah terhadap minat beli konsumen terjadi karena semakin baik gaya hidup seseorang maka akan mempengaruhi perilakunya. Hal ini terlihat di lokasi *Car Free Day* setiap orang menjaga kebersihan dengan membuang sampah pada kantung plastik yang telah disediakan oleh pihak penyelenggara di beberapa tempat yang berjarak 2 meter, sehingga masyarakat yang hadir berpendapat bahwa setelah mereka mengkonsumsi sesuatu yang dibeli maka akan membiasakan diri untuk membuang sampah pada tempatnya sehingga lingkungan *Car Free Day* tetap terjaga dan nyaman untuk menghabiskan akhir pekan. Sehingga Ha yang menyatakan bahwa gaya hidup syariah berpengaruh terhadap minat beli dapat diterima, dengan alasan bahwa dalam minat beli masyarakat akan dipengaruhi oleh gaya hidupnya, setiap orang mempunyai gaya hidup yang berbeda-beda namun mempunyai tujuan yang sama, walaupun selalu berubah, akan tetapi selalu mempertahankan kualitas yang telah ada dan memiliki pendapat sendiri untuk bertindak. Besarnya potensi gaya hidup syariah dalam tataran dunia terutama di lokasi kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh sudah terbukti bahwa peluang untuk mengembangkan gaya hidup syariah sangatlah besar. Karena secara logika seluruh umat muslim yang ada di bumi ini pasti

membutuhkan segala sesuatu yang bersifat halal. Sederhana saja mengapa banyak konsumen tertarik dengan sektor syariah karena sesuatu yang halal sudah pasti baik, bersih, sehat dan terhindar oleh hal yang buruk maka pendapat tersebut sebagai penunjang maraknya gaya hidup syariah di kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh.

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ismailia (2018) Dari uji analisis menggunakan uji T yang terdapat pada bab 4 tabel 13. Diperoleh nilai T hitung sebesar 2,826 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006 karena signifikansi lebih besar dari 0,05 (2,826>1,984) maka H01 ditolak dan menerima Ha1. Gaya hidup syariah berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada klinik kecantikan Aishaderm Sidoarjo hal tersebut terbukti bahwa sektor syariah mempunyai peluang besar di indonesia hal tersebut dikarenakan kesadaran komunitas muslim yang ingin hidupnya lebih sesuai dengan ajaran islam selain itu karena produk dan jasa yang bersifat halal mempunyai nilai lebih sehingga dianggap mengedepankan prinsip-prinsip agama dan memberikan keunggulan lebih dibandingkan produk umum (konvensional) yang sejenis.

4.7.2 Pengaruh Lokasi, Harga dan Gaya Hidup Syariah Secara Simultan Terhadap Minat Beli

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji F yang memiliki hasil nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau 21,074 > 3,09, sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi, harga dan gaya hidup syariah memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan minat beli.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh dari suatu variabel dengan variabel lainnya cukup tinggi, karena variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 40,1%. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli pada kegiatan *Car Free Day* dapat dijelaskan oleh variabel lokasi, harga dan gaya hidup syariah, sedangkan sisanya sebesar 59,9% yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar dari penelitian ini. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat mempengaruhi minat beli, sedangkan dari sisi harga menggunakan hukum permintaan dimana apabila harga turun maka permintaan barang akan naik sehingga pemotongan harga (diskon) yang ditawarkan di *Car Free Day* mempengaruhi minat beli masyarakat. Kebiasaan ataupun aktivitas mereka yang datang ke *Car Free Day* dipengaruhi oleh motif sosial dan lingkungan yang bersih sehingga menimbulkan minat beli.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan pada bab IV mengenai pengaruh Lokasi, Harga dan Gaya Hidup Syariah terhadap Minat Beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh dengan sampel 100 responden. Adapaun kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel lokasi menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh. Hal ini dikarenakan tujuan awal orang yang datang ke lokasi *Car Free Day* hanya untuk berolahraga seperti senam, bersepeda dan menikmati acara yang diselenggarakan oleh pihak *Car Free Day*. Namun seiring berjalannya waktu dan semakin meningkatnya jumlah pengunjung, maka di lokasi kegiatan *Car Free Day* juga dimanfaatkan oleh pengusaha kecil menengah untuk mempromosikan dagangannya. Sehingga timbul minat beli dari sebagian pengunjung yang hadir di *Car Free Day* Kota Banda Aceh.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel harga menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota

Banda Aceh. Hal ini menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli masyarakat, dengan adanya harga yang terjangkau yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh masyarakat dapat meningkatkan minat beli masyarakat pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh.

3. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel gaya hidup syariah memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Pengaruh gaya hidup syariah terhadap minat beli konsumen terjadi karena semakin baik gaya hidup seseorang maka akan mempengaruhi perilakunya. Hal ini terlihat di lokasi *Car Free Day* setiap orang menjaga kebersihan dengan membuang sampah pada kantung plastik yang telah disediakan oleh pihak penyelenggara di beberapa tempat yang berjarak 2 meter, sehingga masyarakat yang hadir berpendapat bahwa setelah mereka mengkonsumsi sesuatu yang dibeli maka akan membiasakan diri untuk membuang sampah pada tempatnya sehingga lingkungan *Car Free Day* tetap terjaga dan nyaman untuk menghabiskan waktu di akhir pekan.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel lokasi, harga dan gaya hidup syariah terhadap minat beli masyarakat, berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh dari suatu variabel dengan variabel lainnya cukup tinggi, karena variabel

independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 40,1%. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli pada kegiatan *Car Free Day* dapat dijelaskan oleh variabel lokasi, harga dan gaya hidup syariah, sedangkan sisanya sebesar 59,9% yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar dari penelitian ini. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat mempengaruhi minat beli, sedangkan dari sisi harga menggunakan hukum permintaan dimana apabila harga turun maka permintaan barang akan naik sehingga pemotongan harga (diskon) yang ditawarkan di *Car Free Day* mempengaruhi minat beli masyarakat. Kebiasaan ataupun aktivitas mereka yang datang ke *Car Free Day* dipengaruhi oleh motif sosial dan lingkungan yang bersih sehingga menimbulkan minat beli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian membuktikan secara parsial bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli. Oleh karena itu diharapkan kepada pihak penyelenggara *Car Free Day* agar menyediakan tempat parkir yang memadai serta tempat yang luas terkhusus untuk para pedagang karena semakin banyak masyarakat yang hadir di lingkungan *Car Free Day* Kota Banda Aceh setiap minggunya.

2. Hasil penelitian secara parsial membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli. Sehingga diharapkan kepada para pedagang di *Car Free Day* untuk menetapkan harga yang mudah dijangkau oleh masyarakat dan tetap menawarkan potongan harga karena ini menjadi salah satu daya tarik minat beli masyarakat.
3. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa gaya hidup syariah berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini dipengaruhi karena aktivitas mereka yang sering datang ke lokasi *Car Free Day* Kota Banda Aceh dan merasa nyaman karena tempat yang bersih. Sehingga diharapkan bagi masyarakat maupun para pedagang tetap menjaga kebersihan dan menciptakan suasana yang nyaman di lingkungan *Car Free Day* Kota Banda Aceh
4. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa lokasi, harga dan gaya hidup syariah berpengaruh terhadap minat beli pada kegiatan *Car Free Day* Kota Banda Aceh sebesar 40,1 %. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama, harap dapat menyempurnakan penelitian ini dengan meneliti variabel lainnya seperti promosi, produk halal dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Auliani, K. (2019). Peran Humas Pemerintah Kota Banda Aceh Dalam Menjalankan Program *Car Free Day* Periode Aminullah Usman dan Zainal Arifin. *Skripsi.*

Denziana, A., Indrayenti., Fatah, F. (2014). Corporate Financial Performance Effect Of Macro Economic Factors Againts Stock Return. *JURNAL Akuntansi & Keuangan,* 5 (2). 17-40.

Fauziah, D. R. S., Pangestuti, E., Bafadhal, A. S. (2019). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB),* 66 (1). 37-46.

Fajri,N. (2018). Pengaruh Promosi, Lokasi dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (PERSERO) Syariah Cabang Banda Aceh. *Skripsi*.

Ferawati. (2018). Pengaruh Kelas Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada Masyarakat Desa Tarasu Kec. Kajuara Kab. Bone, *Skripsi.*

Hakim, A. R. (2017). Pengaruh Brand Image terhadap Minat Beli Konsumen pada Bimbel Tridaya Bandung. *e-Proceeding of Applied Science*, 3 (2). 480-486.

Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7 (3). 227-242.

Indrawan, Rully. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.

Ismailia. Y. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Syariah dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Klinik Kecantikan Muslimah Aishaderm. *Skripsi.*

Jannah. R. (2017). Pengaruh Pelayanan, Lokasi Toko, dan Harga Produk yang Kompetitif terhadap Minat Beli Konsumen pada Mini Market EL-JHON 2 Pagar Dewa Kota Bengkulu. *Skripsi*.

Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Jasa JNE Jl. Glagahsari No. 62 Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara,* 1 (4). 72-82.

Khotimah, R. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik). *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 05 (01). 37-48

Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat. *Skripsi*.

Nomiasari. F. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, *Skripsi*.

Purnomo, E. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas, Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama). *Jurnal Menejemen dan Ekonomi*, 1 (6). 1286-1296.

Prasentia, S. A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Jilbab pada Aktivitas *Car Free Day* di Jalan Suromenggolo Ponorogo. *Skripsi.*

Rizki, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Konsumen Matahari *Department Store* Mall Ska Pekanbaru). *JOM FISIP,* 5 (1). 1-18.

Rohmatun, K. I., Dewi, C. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1. 27-35.

Romdhoni, A. H., Ratnasari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02).136-147.

Sudrajat, R. H., Putri, B. P. S. (2017). Pengaruh Potongan Harga terhadap Minat Beli (Studi Pada Potongan Harga di Iklan Televisi Bukalapak.com Versi Hari Belanja *Online* Nasional 2015 terhadap Minat Beli Remaja di Kota Bandung). *e-Proceeding of Management*, 4, (1). 972-984.

Sulaeman, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Cakrawala Citramega. *Jurnal KREATIF : Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan,* 6 (1). 125-145.

Tamamuddin. (2014). Merefleksikan Teori Pemasaran ke dalam Praktik Pemasaran Syariah. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, 12 (2). 273-282.

Tresnati, R., Maharani, N. (2014). Kajian Tentang Strategi Pemasaran Syariah Dalam Penguatan Daya Saing UKM Menghadapi AEC 2015 di Indonesia. *Proceedings SNEB*. 1-11.

Yoebrilianti, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen Pada Jejaring Sosial). *Jurnal Manajemen,* 1 (8). 20-41.

Zulaicha, S., dan Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi dan Bisnis,* 4 (2). 125-136.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Angket Penelitian

1. Identitas responden :
   Nama/Inisial :
   Umur :
   No. HP :
   Jenis Kelamin :
   Pekerjaan :
   Berapa kali mengunjungi *Car Free Day* :
2. Petunjuk pengisian kuesioner
   Berilah tanda check (√) pada kolom yang saudara/I pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dengan alternative menjawab sebagai berikut:
   1 : Bila anda **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut
   2 : Bila anda **Tidak Setuju** dengan pernyataan tersebut
   3 : Bila anda **Kurang Setuju** dengan pernyataan tersebut
   4 : Bila anda **setuju** dengan pernyataan tersebut
   5 : Bila anda **sangat setuju** dengan pernyataan tersebut

   Kami berharap saudara/i menjawab semua pertanyaan yang ada.

Lokasi (X1)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa lokasi kegiatan *Car Free day* sangat strategis karena berada di pusat Kota dan pusat keramaian					
2.	Lokasi kegiatan *Car Free Day* dapat dengan mudah dijangkau dengan alat transportasi dari berbagai penjuru di Kota Banda Aceh					
3.	Akses kendaraan menuju lokasi kegiatan *Car Free Day* lancar dan aman					
4.	Lokasi kegiatan *Car Free Day* menyediakan tempat parkir yang memadai					
5.	Lokasi kegiatan *Car Free* memiliki tempat yang luas cocok digunakan untuk berjualan dan berolahraga					

Harga (X2)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Saya sebagai konsumen merasa harga yang ditawarkan pedagang di *Car Free* Day sangat terjangkau					
2.	Saya memilih datang ke *Car Free Day* untuk berburu kuliner karena harganya sesuai dengan kualitas produknya					
3.	Saya ingin membandingkan harga terlebih dahulu sebelum membeli produk di lokasi kegiatan *Car Free Day*					
4.	Saya merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					

Gaya Hidup Syariah (X3)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Di akhir pekan saya sering berkunjung ke *Car Free Day* untuk bersantai dan menghabiskan waktu luang					
2.	Saya merasa nyaman berada di lingkungan *Car Free Day* karena masyarakat dan para pedagang selalu menjaga kebersihan di sekitar					
3.	Saya merasa banyak produk berkualitas yang ditawarkan di *Car Free Day*					

Minat Beli (Y)

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Saya merasa kebutuhan saya dapat terpenuhi jika membeli berbagai produk yang saya butuhkan di kegiatan *Car Free Day*					
2.	Saya berkeinginan untuk belanja di lokasi kegiatan *Car Free Day* karena rekomendasi dari keluarga, teman, tetangga dan lingkungan					
3.	Saya berminat belanja di lokasi kegiatan *Car Free Day* karena produk yang saya inginkan ada disana					

Lampiran 2: Rekapitulasi Data

Data Responden

No	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Kunjungan
1	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
2	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
3	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
4	Perempuan	18 – 28	Lainnya	3 – 5
5	Perempuan	18 – 28	Lainnya	> 10
6	Laki-Laki	18 – 28	Wiraswasta	3 – 5
7	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	> 10
8	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	> 10
9	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	> 10
10	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
11	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	> 10
12	Laki-Laki	18 – 28	PNS	> 10
13	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
14	Laki-Laki	18 – 28	Wiraswasta	3 – 5
15	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
16	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
17	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	6 – 9
18	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
19	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
20	Perempuan	29 – 39	Wiraswasta	3 – 5
21	Perempuan	18 – 28	Wiraswasta	3 – 5
22	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
23	Laki-Laki	18 – 28	Lainnya	>10
24	Perempuan	18 – 28	Lainnya	3 – 5
25	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
26	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	>10
27	Laki-Laki	18 – 28	PNS	3 – 5
28	Laki-Laki	18 – 28	Lainnya	3 – 5

Lampiran 2 (lanjutan)

No	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Kunjungan
29	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
30	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
31	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
32	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
33	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
34	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	>10
35	Laki-Laki	18 – 28	Wiraswasta	6 - 9
36	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
37	Perempuan	18 – 28	Lainnya	6 – 9
38	Perempuan	29 – 39	Wiraswasta	3 – 5
39	Perempuan	18 – 28	Wiraswasta	6 – 9
40	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
41	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
42	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	6 – 9
43	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
44	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
45	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
46	Laki-Laki	40 – 50	PNS	3 – 5
47	Laki-Laki	40 – 50	PNS	3 – 5
48	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
49	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
50	Laki-Laki	18 – 28	Lainnya	3 – 5
51	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
52	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
53	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	> 10
54	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
55	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 - 5
56	Perempuan	18 – 28	Lainnya	>10
57	Laki-Laki	18 – 28	Wiraswasta	>10
58	Laki-Laki	18 – 28	Wiraswasta	> 10

Lampiran 2 (lanjutan)

No	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Kunjungan
59	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
60	Perempuan	29 – 39	PNS	3 – 5
61	Laki-Laki	18 – 28	Wiraswasta	6 – 9
62	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
63	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
64	Perempuan	18 – 28	Wiraswasta	3 – 5
65	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
66	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
67	Laki-Laki	18 – 28	Wiraswasta	3 – 5
68	Laki-Laki	18 – 28	Wiraswasta	3 – 5
69	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	>10
70	Laki-Laki	29 – 39	Wiraswasta	6 – 9
71	Perempuan	29 – 39	PNS	>10
72	Perempuan	18 – 28	Lainnya	6 – 9
73	Perempuan	40 – 50	Lainnya	>10
74	Laki-Laki	18 – 28	Lainnya	>10
75	Laki-Laki	18 – 28	Wiraswasta	6 – 9
76	Perempuan	18 – 28	PNS	>10
77	Laki-Laki	29 – 39	Lainnya	3 – 5
78	Laki-Laki	18 – 28	Lainnya	6 – 9
79	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	> 10
80	Laki-Laki	18 – 28	Lainnya	3 – 5
81	Perempuan	18 – 28	Wiraswasta	3 – 5
82	Perempuan	29 – 39	Wiraswasta	6 – 9
83	Laki-Laki	29 – 39	Wiraswasta	3 – 5
84	Laki-Laki	29 – 39	Wiraswasta	6 – 9
85	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
86	Laki-Laki	29 – 39	Wiraswasta	6 – 9
87	Laki-Laki	29 – 39	Wiraswasta	6 – 9

Lampiran 2 (lanjutan)

No	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Kunjungan
88	Laki-Laki	29 – 39	PNS	6 – 9
89	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	6 – 9
90	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
91	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
92	Laki-Laki	29 – 39	PNS	3 – 5
93	Perempuan	18 – 28	Lainnya	3 – 5
94	Perempuan	18 – 28	Lainnya	3 – 5
95	Laki-Laki	18 – 28	Wiraswasta	3 – 5
96	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
97	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
98	Laki-Laki	18 – 28	Wiraswasta	3 – 5
99	Laki-Laki	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5
100	Perempuan	18 – 28	Mahasiswa	3 – 5

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Lampiran 3: Analisis Data

Hasil Output Analisis

Uji Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	48	48,0	48,0	48,0
	Perempuan	52	52,0	52,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-28 tahun	84	84,0	84,0	84,0
	29-39 tahun	13	13,0	13,0	97,0
	40-50 tahun	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	9	9,0	9,0	9,0
	Wiraswasta	23	23,0	23,0	32,0
	Mahasiswa	52	52,0	52,0	84,0
	Lainnya	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Kunjungan *Car Free Day* Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3-5 kali	63	63,0	63,0	63,0
	6-9 kali	18	18,0	18,0	81,0
	>10 kali	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Uji Validitas

No	Variabel	Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Lokasi (X1)	X1.1	0,599	0,197	Valid
		X1.2	0,699	0,197	Valid
		X1.3	0,723	0,197	Valid
		X1.4	0,682	0,197	Valid
		X1.5	0,632	0,197	Valid
2	Harga (X2)	X2.1	0,712	0,197	Valid
		X2.2	0,781	0,197	Valid
		X2.3	0,653	0,197	Valid
		X2.4	0,704	0,197	Valid
3	Gaya Hidup Syariah (X3)	X3.1	0,857	0,197	Valid
		X3.2	0,882	0,197	Valid
		X3.3	0,715	0,197	Valid
4	Minat Beli (Y)	Y1.1	0,839	0,197	Valid
		Y1.2	0,824	0,197	Valid
		Y1.3	0,820	0,197	Valid

Uji Realibilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Nilai *Cronbach Alpha*	Keterangan
1	Lokasi (X_1)	5	0,672	Reliabel
2	Harga (X_2)	4	0,667	Reliabel
3	Gaya Hidup Syariah(X_3)	3	0,775	Reliabel
4	Minat Beli (Y)	3	0,767	Reliabel

Uji r

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,649[a]	,421	,401	1,288

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Syariah, Lokasi, Harga

Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,132	1,938		3,680	,000
	Lokasi	,124	,073	,154	1,700	,093
	Harga	-1,083	,298	-,340	-3,638	,000
	Gaya Hidup Syariah	,295	,076	,347	3,899	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Uji F

ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	104,808	3	34,936	21,074	,000[b]
Residual	144,225	87	1,658		
Total	249,033	90			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Syariah, Lokasi, Harga

Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-,454	1,220		-,372	,710		
Lokasi	,153	,067	,184	2,269	,026	,708	1,412
Harga	,339	,069	,417	4,908	,000	,645	1,551
Gaya Hidup Syariah	,283	,074	,307	3,811	,000	,718	1,394

a. Dependent Variable: Minat Beli

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,25979752
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,027
	Negative	-,070
Kolmogorov-Smirnov Z		,698
Asymp. Sig. (2-tailed)		,714

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,144	1,130		,128	,899
	Lokasi	-,029	,042	-,080	-,696	,488
	Harga	,304	,173	,208	1,750	,084
	Gaya Hidup Syariah	,073	,044	,186	1,644	,104

a. Dependent Variable: Abs_Res

Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,132	1,938		3,680	,000
	Lokasi	,124	,073	,154	1,700	,093
	Harga	-1,083	,298	-,340	-3,638	,000
	Gaya Hidup Syariah	,295	,076	,347	3,899	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Lampiran 4 Skor Hasil Kuesioner

No	Lokasi (X1)					Harga (X2)				Gaya Hidup Syariah (X3)			Minat Beli (Y)		
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15
1	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	3	3
2	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4
3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
4	5	4	4	2	3	2	3	3	3	5	5	3	2	2	2
5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	3
6	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
7	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	3
8	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
9	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
10	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4	3	3	3
11	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	3	3	3	2	3
14	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4
15	4	2	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	3
16	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3
17	5	4	4	4	5	3	1	1	4	3	4	4	5	2	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	2	1	1	1	4	2	3	2	2	2	3	3
20	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	2	4	4	2	2	3	3	4	2	4	2	4	3
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
24	5	5	5	4	5	5	4	1	4	1	2	4	3	1	4
25	4	4	3	1	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4
26	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
27	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4

Lanjutan Lampiran 2

No	Lokasi (X1)					Harga (X2)				Gaya HidupSyariah (X3)			Minat Beli (Y)		
	Item 1	Itm 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15
28	5	5	5	5	4	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	3	5	3	4	2	4	4	4	4	3	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
32	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
34	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
35	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4
36	5	5	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	3	4
37	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3
38	4	4	4	4	4	4	3	1	4	5	5	4	3	3	3
39	4	5	5	3	4	5	4	3	3	5	5	4	3	3	4
40	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
41	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
42	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4
43	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
45	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
48	2	2	2	4	3	4	4	4	1	3	4	3	2	3	3
49	5	3	4	3	4	2	3	2	4	2	4	4	3	4	4
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4	3	3	3	4	1	1	2	3	3	3
52	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3
53	4	4	4	3	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5
54	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4

Lanjutan Lampiran 4

No	Lokasi (X1)					Harga (X2)				Gaya Hidup Syariah (X3)			Minat Beli (Y)		
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15
55	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
56	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
57	4	5	5	1	4	4	4	2	4	5	4	3	4	5	4
58	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	3	4	5	4
59	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4
60	4	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	4
61	5	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2
62	5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4
63	5	5	4	4	4	4	4	2	4	2	4	5	4	4	4
64	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
65	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3
66	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4
67	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4
68	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
69	4	4	4	4	3	2	2	2	2	4	4	3	2	2	2
70	5	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	3	3	2	5	5	5	4	4	4
73	4	5	5	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4
74	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	5	4	4	2	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	2
77	5	5	2	2	4	4	4	2	2	5	5	4	4	4	4
78	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	5	4
79	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3
80	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3
81	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	3

Lanjutan Lampiran 4

No	Lokasi (X1)					Harga (X2)				Gaya HidupSyariah (X3)			Minat Beli (Y)		
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	Item 12	Item 13	Item 14	Item 15
82	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
83	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4
84	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
87	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
88	4	5	4	2	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
89	5	4	5	4	4	2	3	4	5	5	5	5	4	4	4
90	4	5	4	3	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4
91	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3
93	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3
96	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
97	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3
98	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	3	5	3	3	4
99	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
100	4	5	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4

Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian

nda