

**PENGARUH KEBERSIHAN DAN KENYAMANAN DI PASAR
SEGAR PAAL DUA MANADO TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dalam Program Studi Ekonomi Syariah



OLEH
JIHAD SYARIPUDIN
NIM 15.4.1.020

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO**

1442 H/2021 M

**PENGARUH KEBERSIHAN DAN KENYAMANAN DI PASAR
SEGAR PAAL DUA MANADO TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dalam Program Studi Ekonomi Syariah



OLEH
JIHAD SYARIPUDIN
NIM 15.4.1.020

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO**

1442 H/2021 M

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi Saudara **Jihad Syaripudin**, NIM: 15.4.1.020, mahasiswa Program Studi/Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dengan judul, **PENGARUH KEBERSIHAN DAN KENYAMANAN DI PASAR SEGAR PAAL DUA MANADO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Manado, 6 November 2020

Pembimbing I



Dr. Hj. Nurlaila Harun M.Si
NIP.196710041993022001

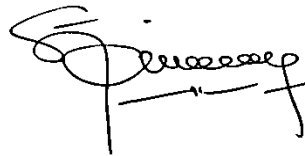
Pembimbing II



Ridwan., S.pd. M.Si
NIP.197507092008011008

Mengetahui:

Ketua Program Studi FEBI



Sjamsuddin AK Antuli, S.Ag.,MA
NIP.197611262003121003

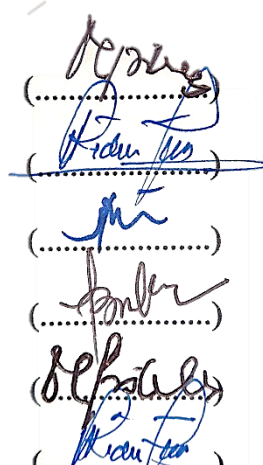
PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kebersihan dan Kenyamanan Di Pasar Segar Paal Dua Manado Terhadap Kepuasan Konsumen” yang ditulis oleh Jihad Syaariudin, NIM : 15.4.1.020, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada tanggal 16 Februari 2021 bertepatan dengan 4 Rajab 1442 H dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, 22. Februari 2021 M
10 Rajab 1442 H

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Hj. Nurlaila Harun, M.Si
 Sekretaris : Ridwan, S.Pd.,M.Si
 Munaqisy I : Delmus P. Salim, MA.,M.Res.,Ph.D
 Munaqisy II : Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A
 Pembimbing I : Dr. Hj. Nurlaila Harun, M.Si
 Pembimbing II : Ridwan, S.Pd.,M.Si


 (.....)
 (.....)
 (.....)
 (.....)
 (.....)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Rosdalina Bukido, S.Ag., M.Hum
NIP.197803242006042003

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, shalawat serta salam juga tak lupa dihaturkan kepada baginda besar Nabi Muhammad S.A.W sehingga selaku penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kebersihan Dan Kenyamanan Di Pasar Segar Paal Dua Manado Terhadap Kepuasan Konsumen”**.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan penelitian ini.

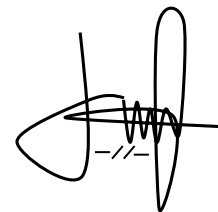
Penulis juga menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada :

1. Bapak Delmus Puneri Salim, M.A., M.Res., Ph.D selaku Rektor IAIN Manado.
2. Bapak Dr. Ahmad Rajafi, M.HI selaku Wakil Rektor 1 IAIN Manado.
3. Ibu Dr. Radlyah H. Jan, SE., M.Si selaku Wakil Rektor 2 IAIN Manado.
4. Ibu Dr. Musdalifah, M.Si., M.Psi selaku Wakil Rektor 3 IAIN Manado.
5. Ibu Dr. Rosdalina, S.Ag.,M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.
6. Ibu Dr. Andi Mukaramah Nanguleng, M.Pd selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

7. Bapak Ridwan Jamal, S.Ag., M.HI selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.
8. Bapak Sjamsuddin AK Antuli, S.Ag.,MA selaku Kaprodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang dengan segala kerendahan hati dan bantuan dari beliau sehingga penulis mendapatkan begitu banyak pelajaran yang berguna bagi penyusunan skripsi ini.
9. Ibu Hj. Nur Fitry Latief, SE., Ak., MSA.,CA selaku dosen Penasehat Akademik yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan selama penulisan skripsi ini.
10. Ibu Dr. Hj. Nurlaila Harun M. Si selaku Pembimbing I, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis meskipun beliau sibuk tetapi selalu ada waktu yang diluangkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
11. Bapak Ridwan Tabe., S.pd M. Si selaku Pembimbing II, yang terus membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan beliau tidak letih-letihnya memberikan pengarahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Segenap dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Manado yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
13. Ayah dan Ibu tersayang yang selalu tak henti-hentinya mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.
14. Kakakku Syahida Syaripudin, Irsyad Syaripudin dan Khalid Rasyid yang selalu memberikan dukungan dan masukan kepada penulis.
15. Silvia Pulumuduyo selaku orang yang paling spesial yang tak henti-hentinya selalu memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat lebih bisa bersemangat mengerjakan dan dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

16. Teman-teman Ekonomi Syariah A angkatan 2015 : Brayen, Rizky, Hasan, Mba Hestin, Nurnaningsih, dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan dan bantuannya kepada penulis selama ini.
17. Teman-teman sekampus : Arfan, Iksan, La Ade, dan teman-teman sekampus lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih karena sudah banyak membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini.
18. Para Responden yang sudah meluangkan waktunya untuk menjawab kuesioner.
19. Pihak Pengelola Pasar Segar Paal Dua Manado yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
20. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

Manado, 6 November 2020
Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'J' followed by a series of loops and a horizontal line with a wavy pattern underneath.

Jihad Syaripudin

ABSTRAK

Nama : Jihad Syaripudin
NIM : 15.4.1.020
Program Study : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kebersihan Dan Kenyamanan Di Pasar Segar Paal Dua Manado Terhadap Kepuasan Konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kebersihan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen di pasar Segar Paal Dua Manado. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 orang responden yang sedang berbelanja di pasar segar Paal Dua Manado dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* untuk mengetahui tanggapan responden terhadap tiap-tiap variabel. Kemudian setelah itu dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji t dan uji F serta uji analisis koefisien determinasi (R^2). teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil analisis mendapatkan bahwa kedua faktor yaitu kebersihan dan kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel independen kebersihan yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen sedangkan variabel independen kenyamanan yang diteliti mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel kebersihan dan kenyamanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Angka *R square* sebesar 0,470 menunjukkan bahwa 47 persen variasi kepuasan konsumen bisa dijelaskan oleh kedua variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 53 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

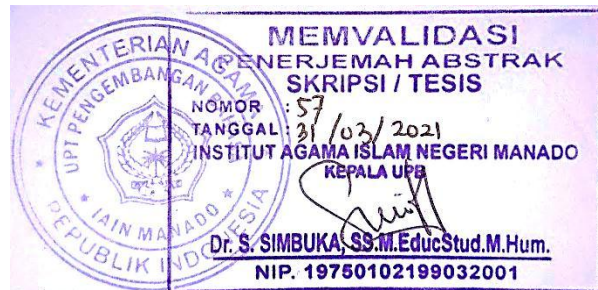
Kata kunci : Kebersihan, Kenyamanan, Kepuasan Konsumen, Pasar Segar

ABSTRACT

Name : Jihad Syaripudin
 SNR : 15.4.1.020
 Study Program : Islamic Economic
 Faculty : Faculty of Economics and Business Islam
 Title : The Effect of Cleanliness and Comfort at the *Pasar Segar* Paal Dua Manado against Consumer Satisfaction.

This study aimed to determine cleanliness and comfort on consumer satisfaction at the *Pasar Segar* Paal Dua Manado. In this study, the data collected through a questionnaire method to 100 respondents who were shopping at the *Pasar Segar* at Paal Dua Manado by using the accidental sampling method to determine each variable's response. After that, the analysis of the data obtained is in quantitative research, including validity and reliability tests, classical assumption tests, hypothesis testing through t-test and F-test, and the coefficient of determination (R^2). The data analysis technique used is multiple linear regression analysis which serves to prove the research hypothesis. The data has met the validity test, reliability test, and classical assumption test. The analysis results show that the two factors, namely cleanliness, and comfort, positively influence customer satisfaction. Hypothesis testing using the t-test shows that the independent variable of cleanliness understudy significantly affects the dependent variable on customer satisfaction. The independent variable studied influences the dependent variable on customer satisfaction. Then through the F-test, the variables of cleanliness and comfort jointly influence customer satisfaction. The R square number of 0.470 shows that 47 percent of the variation in customer satisfaction can explain by the two independent variables used in the regression equation. Simultaneously, the remaining 53 percent explained by other variables outside the two variables used in this study.

Key Words : Cleanliness, Comfort, Customer Satisfaction, Pasar Segar



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Jihad Syaripudin

NIM : 15.4.1.020

Program : Ekonomi Syariah

Sarjana : (Strata Satu)

Institusi : IAIN Manado

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 16 Februari 2021

Saya yang menyatakan,



Jihad Syaripudin

TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin berdasarkan surat keputusan bersama menteri agama RI, dan menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

Transliterasi Arab-Latin IAIN
Manado adalah sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	a	ط	t
ب	b	ظ	z
ت	t	ع	'
ث	ṡ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	z	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	و	'
ص	ṡ	ي	y
ض	ḍ		

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, harus ditulis secara lengkap, seperti;

احمدية : ditulis *Ah{madiyyah*

شمسية : ditulis *Syamsiyyah*

3. Ta>' Marbu>t{ah di Akhir Kata

- a. Bila dimatikan ditulis "h", kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhu>riyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

- b. Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t”:

نِعْمَةُ اللَّهِ : ditulis *Ni'matullah*

زَكَاةُ الْفِطْرِ : ditulis *Zaka>t al-Fit}r*

4. Vokal Pendek

Tanda *fath{ah* ditulis “a”, *kasrah* ditulis “i”, dan *d}amah* ditulis “u”.

5. Vokal Panjang

- a. “a” panjang ditulis “a>”, “i” panjang ditulis “i>”, dan “u” panjang ditulis “u>”, masing-masing dengan tanda *macron* (>) di atasnya.
- b. Tanda *fath{ah* + huruf *ya>*’ tanpa dua titik yang dimatikan ditulis “ai”, dan *fath{ah* + *wawu>* mati ditulis “au”.

6. Vokal-vokal Pendek Berurutan

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (‘)

أَنْتُمْ : *a'antum*

مُؤَنَّثٌ : *mu'annas*

7. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf *qamariyyah* ditulis al-:

الْقُرْآنُ : ditulis *al-Qur'a>n*

- b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, maka al- diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya:

السُّنَّةُ : ditulis *as-Sunnah*

8. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD.

9. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat

- a. Ditulis kata per kata atau;
- b. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شَيْخُ الْإِسْلَامِ : *Syaikh al-Islam*

تَأْجِيزُ الشَّرِيْعَةِ : *Ta>j asy-Syari>'ah*

التَّصَوُّرُ الْإِسْلَامِيُّ : *At-Tas}awwur al-Isla>mi>*

10. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata *ijmak*, *nas*, *akal*, *hak*, *nalar*, *paham*, dsb., ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Masalah.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Definisi Operasional Variabel.....	6
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	8
A. Kajian Teori	8
1. Kajian mengenai Pasar	8
2. Kajian mengenai Kebersihan	18
3. Kajian mengenai Kenyamanan	20
4. Kajian mengenai Kepuasan Konsumen	24
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Tempat dan Waktu	34
C. Populasi dan Sampel	35
1. Populasi.....	35

2. Sampel.....	35
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	38
1. Kuesioner	38
2. Studi Pustaka.....	38
E. Analisis Data	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas	39
3. Skala Pengukuran.....	39
4. Uji Asumsi Klasik.....	40
5. Analisis Regresi Berganda	41
6. Uji T	42
7. Uji F	42
8. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Pasar Segar Paal dua Manado	43
1. Sejarah berdirinya	43
2. Visi, Misi dan Tujuan Pasar Segar Paal dua Manado	44
3. Struktur Organisasi Pasar Segar Paal dua Manado	44
4. Fasilitas Pasar Segar Paal dua Manado.....	46
5. Profil Pasar Segar Paal Dua Manado	46
B. Gambaran Karakteristik Responden	47
1. Berdasarkan Jenis Kelamin	47
2. Berdasarkan Usia	48
3. Berdasarkan Jenis Pekerjaan	48
C. Hasil Analisis Data.....	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	50
3. Uji Asumsi Klasik.....	51
4. Analisis Regresi Berganda	55
5. Uji T	56
6. Uji F	58
7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	60
D. Hasil Penelitian	61
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel II.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel II.2	Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel II.3	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	48
Tabel II.4	Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel II.5	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel II.6	Hasil Uji Multikolinieritas	52
Tabel II.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel II.8	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	55
Tabel II.9	Hasil Uji T.....	56
Tabel II.10	Hasil Uji F.....	58
Tabel II.11	Hasil Analisis Determinasi (R^2).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1	Struktur Organisasi Pasar Segar Paal Dua Manado.....	45
Gambar II. 1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Gambar II. 2	Responden Berdasarkan Usia	48
Gambar II. 3	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	48
Gambar II. 4	Hasil Uji Normalitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 2	Tabulasi Jawaban Responden	73
Lampiran 3	Data Kuesioner Salah Satu Responden	76
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	80
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas	85
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	86
Lampiran 7	Hasil Analisis Berganda	88
Lampiran 8	Hasil uji t, Uji F & R ²	89
Lampiran 9	Dokumentasi Pengambilan Data Responden	90

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar adalah sebuah tempat terbuka dimana terjadi proses transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar-menawar. Di pasar pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, namun pengunjung bisa menjadi penjual, bahkan setiap orang bisa menjual dagangannya di pasar. Pasar sendiri merupakan sektor perekonomian yang sangat penting bagi mayoritas penduduk di Indonesia. Banyak masyarakat miskin yang bergantung kehidupannya pada pasar, menjadi pedagang di pasar tradisional merupakan salah satu alternatif pekerjaan di tengah banyaknya pengangguran di Indonesia.¹

Menurut pandangan Islam pengertian Pasar yaitu tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa dengan uang, baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga, dan dengan melakukan interaksi, saling tarik menarik kemudian menciptakan harga barang untuk diperjual belikan sesuai dengan syariat Islam yang meliputi bidang aqidah, akhlaq, dan amaliyyah.

Dalam Islam pasar memiliki fungsi penting diantaranya sebagai sarana dakwah dan pembangunan ekonomi umat. Keberadaan pasar mendapatkan perhatian khusus dari Rasulullah SAW, hal itu ditandai dengan adanya pengawasan langsung yang dilakukan oleh Rasulullah.² Dalam melakukan perniagaan di pasar, Rasulullah SAW mengajarkan untuk senantiasa menggunakan landasan ajaran islam, karena tanpa

¹ Eis Al Masitoh, *Upaya Menjaga eksistensi Pasar Tradisional (Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul)*, Jurnal PMI, 2014, Vol. X. No.2.

² Boedi Abdullah, *Peradaban Ekonomi Islam*(Bandung: Pustaka Setia, 2011) h. 71.

didasari dengan ajaran islam manusia akan cenderung mengikuti hawa nafsunya untuk senantiasa berbuat curang dalam berniaga demi mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya.

Pasar terbagi menjadi 2 yaitu pasar tradisional dan pasar moderen, pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar. Bangunan pasar biasanya terdiri atas kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan pasar tradisional menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, barang-barang elektronik, dan jasa, serta menjual kue-kue.³ Sedangkan Pasar modern merupakan pasar yang dijalankan pemerintah, swasta, dan koperasi yang dikelola secara modern, menjual barang kebutuhan sehari-hari.

Dari beberapa pengertian tentang pasar di atas dapat disimpulkan bahwa pasar sangat penting bagi perekonomian di wilayah Indonesia, Di kota Manado terdapat beberapa pasar yang salah satunya adalah pasar Segar Manado. Pasar segar ini terletak di kecamatan paal dua, Kota Manado, Sulawesi Utara. Pasar ini dibangun sejak awal tahun 2010 dan diresmikan pada bulan November 2010 yang dikelola oleh perusahaan swasta, yaitu PT. Pasar Segar dengan konsep pasar Modern. Kapasitas dari pasar ini dapat menampung 50 ruko dan 232 kios.

Kebanyakan masyarakat sangat membutuhkan pasar sebagai tempat belanja untuk kebutuhan sehari-hari dan untuk kelangsungan hidup mereka. Oleh sebab itu, banyak masalah yang sering timbul di pasar salah satunya ialah masalah kebersihan lingkungan dan kenyamanan para pembeli di pasar.

³ Hermanto Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional* (Jakarta. Penerbit GRAMEDIA 2011) h. 1.

Kebersihan lingkungan pasar menjadi faktor penting untuk menentukan kepuasan konsumen khususnya mengenai tempat, karena para pembeli menginginkan tempat yang sehat, bersih dan bebas dari penyakit dalam mendapatkan kebutuhan makanan khususnya.⁴ Jika lingkungan pasar tersebut terlihat kotor dan tidak terawat maka ini akan sangat berdampak pada kesehatan pembeli maupun pedagang yang berada disekitar lingkungan tersebut dan akan menimbulkan bau serta penyakit, bukan hanya akan berdampak pada manusia namun juga akan berdampak pada makanan ataupun jualan yang ada disekitarnya. Maka dari itu kebersihan lingkungan pasar menjadi faktor penting yang harus selalu dijaga.

Selain kebersihan, kenyamanan juga menjadi faktor penting lainnya dalam menentukan kepuasan konsumen, kenyamanan di dalam tempat berbelanja terutama lingkungan pasar akan senantiasa diharapkan konsumen dalam memperoleh barang yang diinginkannya. Mulai dari kenyamanan tempat perbelanjaan, keamanan, suasana dan juga keramahan penjual. Dengan terciptanya kenyamanan lingkungan pasar maka para pembeli senantiasa akan merasa senang berbelanja di pasar tersebut.

Dari hasil observasi yang dilakukan tampak beberapa permasalahan yang timbul di pasar modern ini salah satu permasalahannya yaitu, beberapa bulan belakangan pasar tersebut tampak sepi pengunjung, para pedagang di pasar segar paal dua sering mengeluhkan hal tersebut karena berdampak pada pendapatan dan dagangan mereka yang menjadi busuk.

Kepuasan adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja, hasil suatu produk dan harapan-harapannya.⁵ Sedangkan kepuasan konsumen adalah perasaan

⁴ Retno Widyati, Yuliarsih, *Higienis dan Sanitasi* (Jakarta : P.T Grasindo 2002). h. 23.

⁵ Philip Kotler dan Amstrong, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Salemba Empat 2003) h. 138.

senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah dia membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.⁶

Memberikan kepuasan terhadap konsumen dalam mencapai kebutuhan, keinginan serta harapan mereka adalah hal penting untuk suatu usaha. Mendapatkan konsumen yang banyak merupakan Salah satu cara untuk merebut pangsa pasar. Kebersihan dan Kenyamanan juga termasuk faktor untuk mendapatkan pembeli. Pasar dikatakan berhasil mendapatkan konsumen dengan jumlah banyak bila dapat memuaskan konsumen. Sehingga hal ini menjadi perhatian penting bagi pasar-pasar yang ada di Indonesia baik pasar tradisional maupun pasar modern, salah satunya juga pasar segar yang terdapat di Paal Dua Manado.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis memilih judul “Pengaruh Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Segar Paal Dua Manado terhadap Kepuasan Konsumen”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka di dapatkan rumusan masalah seperti berikut :

1. Apakah kebersihan di pasar Segar Paal Dua berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
2. Apakah kenyamanan di pasar Segar Paal Dua berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
3. Apakah kebersihan dan kenyamanan di pasar Segar Paal Dua berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara Simultan ?

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 13*, (Jakarta:Erlangga 2007) h. 177.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kebersihan terhadap kepuasan konsumen di Pasar Segar Paal Dua Manado.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kenyamanan terhadap kepuasan konsumen di Pasar Segar Paal Dua Manado.
3. Untuk mengetahui pengaruh kebersihan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

Kegunaan yang dapat dirumuskan dari pelaksanaan penelitian ini terdiri dari dua kegunaan yaitu teoritis dan praktis.

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen pemasaran pada khususnya.
 - b. Sebagai hasil karya untuk menambah pengetahuan yang dapat lebih memperluas pola pikir pembaca khususnya mengenai kebersihan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen dalam suatu usaha atau pasar dan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan.
2. Kegunaan praktis
 - a. Untuk peneliti

Saya harapkan dari penelitian ini dapat menambah pengalaman dan pengetahuan saya khususnya dalam bidang manajemen. Selain itu penelitian ini dapat juga dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa lain dalam pembuatan penelitian atau kegiatan lain.

b. Untuk Pengusaha

Hasil penelitian ini saya harapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk pengusaha dalam bidang pemasaran.

c. Bagi pihak akademik

Untuk dijadikan sumbangan pemikiran yang dapat berguna untuk membantu mempelajari praktek dalam bidang pemasaran, terkhusus yang ada kaitannya dengan yang diteliti.

E. Definisi Operasional Variabel

1. Kebersihan

Kebersihan (Variabel X_1) menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah keadaan bebas dari kotoran, termasuk diantaranya, debu, sampah dan bau.

Dapat disimpulkan bahwa kebersihan adalah upaya manusia untuk memelihara lingkungan dari segala yang kotor untuk mewujudkan dan menciptakan keadaan lingkungan yang sehat dan nyaman. Indikatornya:

- 1) Pengelolaan sampah yang baik.
- 2) Lingkungan pasar yang terlihat bersih dan bebas dari sampah.
- 3) Lapak pedagang yang terlihat rapi dan bersih.

2. Kenyamanan

Kenyamanan (Variabel X_2) menjadi suatu tempat dimana yang mempengaruhi konsumen atau pengunjung dalam menentukan tempat atau tujuan untuk membeli suatu barang.⁷

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Yang dimaksud kenyamanan disini adalah bangunan dari pasar itu sendiri dimana seorang manusia yang sedang berkegiatan disuatu tempat akan merasakan rasa nyaman jika kebutuhan dasarnya

⁷ Ibnu Khair, *Kenyamanan Sirkulasi pengunjung Pasar Tradisional Ciledug*, Fakultas Teknik Arsitektur Universitas Mercu Buana. 2013.

terpenuhi, dan tempat itu menjadi pengaruh manusia untuk melakukan suatu kegiatan yang membuat dirinya merasa nyaman baik didalam perasaan dirinya maupun rasa nyaman yang dirasakan fisiknya tersebut. Indikatornya:

- 1) Kenyamanan pada saat belanja.
- 2) Suasana dan keadaan terasa begitu memuaskan (tidak bau dan merasa gerah).
- 3) Kios para pedagang yang tertata rapi.
- 4) Penerangan dan penghawaan bangunan.
- 5) Keramahan pedagang.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen (variabel Y) adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dengan harapannya.⁸

Kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat yang banyak, diantaranya hubungan antara perusahaan dan para konsumennya menjadi harmonis, serta memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang sehingga terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.⁹

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan konsumen itu sendiri, Indikatornya:

- 1) Minat berkunjung kembali.
- 2) Kesesuaian harapan Konsumen.
- 3) Merekomendasikan melalui *word of mouth*.
- 4) Keluhan dan saran konsumen.

⁸ Husein Umar, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005) h. 65.

⁹ Fandy Tjiptono dan Chandra. G, *Service Quality and Satisfactio* (Andi Yogyakarta, 1997) h. 24.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Kajian Mengenai pasar

Pasar adalah sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia.¹⁰ Menurut Philip Kotler pasar terdiri dari konsumen/pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan dan keinginan tertentu yang ingin dan mampu dipenuhi, sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut.¹¹ Dahl dan Hammond, memberikan pengertian pasar adalah sebagai suatu lingkungan atau ruang tempat kekuatan permintaan dan penawaran bekerja untuk menentukan atau memodifikasi harga sehingga terjadi pertukaran kepemilikan barang dan jasa serta adanya fakta kegiatan fisik.¹²

Pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu, misalnya pasar perumahan, pasar besar, dan lain-lain. Sedangkan dalam manajemen pemasaran konsep pasar terdiri atas semua pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut.

Pasar pada masyarakat mempunyai peranan penting yaitu sebagai pusat kegiatan ekonomi dan pusat kebudayaan. Sebagai pusat kegiatan ekonomi, pasar merupakan tempat bertemunya produsen dan konsumen. Melalui pasar, masyarakat

¹⁰ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h.301.

¹¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2004), h.98.

¹² Yogi, *Ekonomi Manajemen Pendekatan Analisis Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.5.

dapat memperoleh kebutuhan produksinya seperti modal, peralatan, dan tenaga. Dibidang distribusi pasar mempunyai peranan dalam menyebarluaskan barang-barang hasil produksi yang dibutuhkan masyarakat. Sedangkan di bidang konsumsi, pasar menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan tambahan lainnya.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa, Pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan sekumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu, misalnya pasar perumahan, pasar besar, dan lain-lain. Sedangkan dalam manajemen pemasaran konsep pasar terdiri atas semua pelanggan potensial yang mempunyai kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melibatkan diri dalam suatu pertukaran guna memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut.

Pasar merupakan aktivitas pembentukan harga dari suatu barang yang terjadi melalui mekanisme tertentu. Mekanisme pasar terjadi apabila penawaran dan permintaan saling berinteraksi secara otomatis tanpa adanya intervensi dan distorsi dari pihak manapun. Pada mekanisme pasar, pasar dapat memberikan informasi secara lebih tepat mengenai harga-harga serta seberapa besarnya permintaan jenis barang. Pasar juga memberikan rangsangan kepada pengusaha untuk mengembangkan kegiatan mereka, sebab keadaan pasar terus berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi dan jumlah penduduk yang akan mempengaruhi perubahan pasar. Sehingga sistem ini akan memberikan kebebasan yang lebih tinggi terhadap masyarakat dalam hal perekonomian, salah satunya adalah dunia perdagangan.¹³

¹³ Sadono Soekirno, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*, Cet. Ke-5 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), h. 42.

Sekalipun Islam mengakui kebebasan dan peran mekanisme harga dalam mendorong efisiensi, namun tidak menganggap kekuatan pasar sebagai sakralitas. Operasi pasar diperlukan untuk memberikan imbalan pada usaha-usaha yang secara sosial produktif, menghapuskan eksploitasi atau membantu yang lemah dan yang membutuhkan, karena itu, perlu tanggung jawab negara untuk menjamin realisasi *maqashid* ini. Pemerintah negara perlu menggunakan kekuasaannya untuk merealisasi kemaslahatan umat negara sebagai kegiatan ekonomi harus mengoperasikan fungsinya dan melakukan berbagai kebijakan dalam mekanisme pasar.

Pada umumnya pasar terbagi menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern.

a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan biasanya terdiri dari kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual atau suatu pengelola pasar.¹⁴ Untuk taksiran yang ada pada pasar tradisional tidaklah pasti, karena pembeli dapat melakukan penawaran, kemudian jika diperhatikan melalui aspek rasa nyaman pasar tradisional sampai sekarang terbilang kurang terawat dan tempat yang kurang teratur. Kebanyakan konsumen pasar tradisional adalah ibu-ibu yang memiliki kepribadian untuk transaksi atau dialog terlebih dulu sebelum membeli, menetapkan produk yang diinginkannya, dan lainnya yang berhubungan dengan transaksi.

Barang yang dijual di pasar tradisional kebanyakan adalah barang-barang lokal, kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa, dan ada pula yang menjual kue-kue, juga barang lainnya. Pasar tradisional biasanya dibangun dan

¹⁴ Wicaksono. dkk, *Persepsi Pedagang Pasar terhadap Program Perlindungan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Kota Semarang (Studi kasus pedagang pasar Peterongan Semarang Selatan)*, Jurnal Ilmu Pemerintah Universitas Diponegoro 2008.

dikelola oleh Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Daerah, termasuk kerjasama antara swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi dengan usaha berskala kecil menggunakan modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui proses tawar-menawar.¹⁵

b. Pasar Modern

Pasar Modern (Pasar swalayan, supermarket, departemen store, walmart, dan sebagainya) yaitu sebuah tempat penjualan barang dari berbagai macam produk dalam satu ruangan yang menganut operasi swalayan (pelayan sendiri), volume barang tinggi, laba sedikit, biaya rendah. Pasar ini secara relatif besar dibuat untuk melayani kebutuhan sehari-hari konsumen seluruhnya.¹⁶

Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian yang ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Pasar modern memiliki label harga yang pasti, juga memberikan pelayanan yang baik dengan adanya pendingin udara yang sejuk, suasana nyaman dan bersih, *display* barang per kategori mudah dicapai dan relatif lengkap, informasi produk tersedia melalui mesin pembaca, adanya keranjang belanja atau keranjang dorong serta ditunjang adanya kasir dan pramuniaga yang bekerja secara profesional.

¹⁵ Perpres RI No. 112, 2007.

¹⁶ Philip Kotler & Keller, *Op. Cit.* h 20.

Transaksi di pasar modern dilakukan secara langsung diantara yang menjual dan membeli. Konsumen memperhatikan daftar taksiran yang sudah terdapat didalam *barcode*, terhindar dari panas matahari dan pelayanan mandiri atau kadang juga pramuniaga melayani kita. Barang yang mereka jual, selain kebutuhan sehari-hari yang tidak bertahan lama mereka juga menjual barang lainnya yang bisa tahan dengan waktu yang cukup lama.. Adapun contoh dari pasar modern adalah minimarket, hipermart, dan lainnya.

Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh mekanisme pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya intervensi harga, seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar yaitu hanya karena pergeseran permintaan dan penawaran. Namun, pasar di sini mengharuskan adanya moralitas dalam kegiatan ekonominya, antara lain persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparancy*), dan keadilan (*justice*). Jika nilai ini telah ditegakkan, maka tidak ada alasan dalam ekonomi Islam untuk menolak harga yang terbentuk oleh mekanisme di pasar.¹⁷

c. Jenis Pasar

1. Jenis - jenis Pasar menurut Bentuk Kegiatan

Jenis pasar ini dibagi menjadi 2 yaitu pasar nyata atau pasar tidak nyata. Berikut penjelasannya :

a) Pasar Nyata

Pasar nyata merupakan sebuah pasar dimana terdapat berbagai jenis barang yang diperjualbelikan serta dapat dibeli oleh pembeli. Contoh dari pasar nyata ialah pasar swalayan dan pasar tradisional.

¹⁷ Rani Hapasari Kusuma Asri, *Analisis Perbandingan Sikap Konsumen dalam Memilih Pasar Tradisional dan Pasar Modern*, (Bandar Lampung : Skripsi Universitas Lampung, 2010), h. 63.

b) Pasar Abstrak

Pasar abstrak merupakan sebuah pasar dimana terdapat para pedagang yang tidak menawarkan berbagai jenis barang yang dijual serta tidak membeli secara langsung, namun hanya menggunakan surat dagangan saja. Contoh dari pasar abstrak adalah pasar online, pasar modal, pasar valuta asing, dan pasar saham.

2. Jenis - jenis Pasar Menurut Bentuk serta Struktur

Jenis pasar ini dapat dibedakan menjadi 4 macam yaitu pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, pasar oligopoli, serta pasar monopoli.

a) Pasar Persaingan Sempurna

Jenis pasar persaingan sempurna dapat disebut juga pasar persaingan murni yaitu merupakan pasar di mana terdapat banyak pembeli dan penjual serta mereka sudah mengetahui keadaan pasar.

b) Pasar Persaingan Tidak Sempurna

Pasar jenis ini merupakan kebalikan dari pasar persaingan sempurna. Untuk pasar persaingan tidak sempurna merupakan pasar yang terdiri dari sedikit penjual serta banyak pembeli. Pada pasar ini para penjual dapat untuk menentukan harga barang. Barang-barang yang diperjualbelikan tersebut memiliki jenis yang berbeda beda atau terdapat berbagai jenis barang.¹⁸

d. Mekanisme Pasar

Mekanisme pasar adalah suatu proses penentuan tingkat harga berdasarkan dari kekuatan permintaan dan penawaran. Definisi mekanisme pasar yang lain yaitu kecenderungan dalam pasar bebas untuk terjadinya perubahan harga hingga pasar menjadi seimbang (jumlah penawaran sama dengan jumlah permintaan). Mekanisme

¹⁸ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.53.

pasar di bangun atas dasar kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sebagaimana yang ia sukai. Ibnu Taimiyah menepatkan kebebasan pada tempat yang paling tinggi bagi individu dalam kegiatan ekonomi, walaupun beliau juga memberikan batasan-batasan. Batasan yang dimaksud adalah tidak bertentangan dengan *shari'ah* Isla dan tidak menimbulkan kerugian, baik bagi diri sendiri maupun orang lain, sehingga tidak terjadi konflik kepentingan.¹⁹

1) Mekanisme Pasar pada Masa Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah adalah seorang pelopor dalam penjelasannya tentang penentuan harga dalam hubungannya dengan penawaran dan permintaan. Ibnu Taimiyah juga melakukan pembahasan mengenai pengaturan tingkat harga oleh pemerintah serta juga memberi perhatian pada monopoli, oligopoli, dan monopsoni.

Masyarakat pada masa Ibnu Taimiyah beranggapan bahwa peningkatan harga merupakan akibat dari ketidakadilan dan tindakan melanggar hukum dari pihak penjual atau mungkin sebagai akibat manipulasi pasar. Anggapan ini dibantah oleh Ibnu Taimiyah dan dengan tegas ia mengatakan bahwa harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran.

Ia menyatakan bahwa naik dan turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan tidak adil dari sebagian orang yang terlibat transaksi. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sedangkan penawaran menurun, harga barang tersebut akan naik. Begitu pula sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil atau mungkin juga tindakan yang tidak adil.

¹⁹ Akhmad Mujahidin, *Op.Cit*, h.156.

Dalam kitab *Fatawa*-nya Ibn Taimiyah juga memberikan penjelasan yang lebih rinci tentang beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan, dan konsekuensinya terhadap tingkat harga, beberapa faktor ini yaitu:

- a. Keinginan masyarakat terhadap barang yang berbeda. Perbedaan ini dipengaruhi oleh berlimpah atau langkanya barang yang diminta tersebut. Suatu barang akan lebih disukai apabila ia langka dari pada tersedia dalam jumlah yang berlebihan.
- b. Jumlah orang yang meminta juga mempengaruhi harga. Jika jumlah orang yang meminta suatu barang besar, maka harga akan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan yang meminta jumlahnya sedikit.
- c. Kuat atau lemahnya kebutuhan terhadap barang tersebut, selain juga besar dan kecilnya permintaan. Jika kebutuhan terhadap suatu barang kuat dan berjumlah besar, maka harga akan naik lebih tinggi dibandingkan dengan kebutuhannya lemah dan sedikit.
- d. Harga juga bervariasi menurut kualitas pembeli barang tersebut. Jika ini merupakan orang kaya dan terpercaya dalam membayar kewajibannya, maka kemungkinan ia akan memperoleh tingkat harga yang lebih rendah dibandingkan dengan orang yang tidak kredibel (suka menunda kewajiban atau mengingkarinya).
- e. Tingkat harga juga dipengaruhi oleh jenis uang pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli. Jika uang digunakan adalah uang yang diterima luas, maka kemungkinan harga akan lebih rendah jika dibandingkan dengan menggunakan uang yang kurang diterima luas atau yang jarang dipakai.
- f. Tingkat kemampuan dan kredibilitas pembeli maupun penjual berbeda-beda, begitu juga terhadap penyewa dan yang menyewakan dan siapa saja. Objek dari suatu transaksi secara fisik nyata atau juga tidak. Tingkat harga barang

yang lebih nyata akan lebih rendah dibandingkan dengan yang tidak nyata. Hal yang sama dapat diterapkan untuk pembeli yang kadang-kadang dapat membayar karena memiliki uang, tetapi terkadang mereka tidak memiliki uang *cash* dan ingin meminjam. Harga pada kasus yang pertama kemungkinan lebih rendah dari pada kasus yang kedua.

- g. Besar kecilnya biaya yang harus dikeluarkan oleh produsen maupun penjual. Semakin besar biaya yang dibutuhkan oleh penjual untuk menghasilkan atau memperoleh barang akan semakin tinggi pula harga yang diberikan, dan begitu pula sebaliknya. Seperti kasus yang diterapkan pada orang yang menyewakan suatu barang. Kemungkinan ia berada pada posisi sedemikian rupa sehingga penyewa dapat memperoleh manfaat dengan tanpa tambahan biaya apapun. Namun, kadang-kadang penyewa tidak dapat memperoleh manfaat ini jika tanpa tambahan biaya, misalnya seperti yang terjadi di desa-desa yang dikuasai penindas atau oleh perampok, atau di suatu tempat diganggu oleh binatang-binatang pemangsa. Sebenarnya, harga (sewa) tanah seperti itu tidaklah sama dengan harga tanah yang tidak membutuhkan biaya-biaya tambahan ini.²⁰

2) Mekanisme Pasar Pada Masa Ibnu Khaldun

Pemikiran Ibnu Khaldun tentang pasar termuat dalam buku yang monumental, *al muqadimah*, terutama pada bab “ harga-harga di kota-kota” (*price in Towns*). Ia membagi barang-barang menjadi dua kategori , yaitu barang pokok dan mewah. Menurutnya, jika suatu kota berkembang dan jumlah penduduknya semakin banyak, maka harga barang pokok akan menurun sementara harga barang mewah akan naik. Hal ini, disebabkan oleh meningkatnya penawaran bahan pangan dan pokok lainnya sebab barang ini sangat penting dan dibutuhkan oleh setiap orang sehingga

²⁰ Pusat Pengkaji Dan Pengembang Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia, *Op. Cit*, h. 307.

pengadaannya akan di prioritaskan. Sementara itu, harga barang mewah akan naik sejalan dengan meningkatnya gaya hidup yang mengakibatkan peningkatan permintaan.

Ibnu khaldun sebenarnya menjelaskan pengaruh permintaan dan penawaran terhadap tingkat harga. Secara lebih perinci ia juga menjelaskan pengaruh persaingan diantara konsumen dan meningkatnya biaya-biaya akibat perpajakan dan pungutan-pungutan lain terhadap tingkat harga. Dalam buku tersebut, ibnu khaldun juga mendeskripsikan pengaruh kenaikan dan penurunan penawaran terhadap tingkat harga. Ia menyatakan, “...*when goods (brought from outside) are few and rare, their price go up. On other hand, when the country is near and the road is safe for traveling, there will be many to transport the goods. Thus they will be found in large quantities, and the price will go down*”.

Pengaruh tinggi rendahnya tingkat keuntungan terhadap perilaku pasar, khususnya produsen, juga mendapatkan perhatian dari Ibnu Taimiyah. Menurutnya, tingkat keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sementara tingkat keuntungan yang terlalu rendah akan membuat lesu perdagangan. Para pedagang dan produsen lainnya akan kehilangan motivasi bertransaksi. Sebaliknya jika tingkat keuntungan terlalu tinggi perdagangan juga akan melemah sebab akan menurunkan tingkat permintaan konsumen.

Ibnu Khaldun sangat menghargai harga yang terjadi dalam pasar bebas, namun ia tidak mengajukan sasaran kebijakan pemerintah untuk mengelola harga. Ia lebih banyak memfokuskan kepada faktor yang mempengaruhi harga. Hal ini tentu saja berbeda dengan Ibnu Taimiyah yang dengan bebas dan normal.²¹

²¹ Nur Rianto Al Afif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 274-275.

2. Kajian Mengenai Kebersihan

Bersih adalah keadaan kondisi lingkungan sarana dan prasarana yang menampilkan kebersihan, kerapian dan sehat disemua tempat yang menjadi tempat kegiatan manusia. Kebersihan merupakan salah satu dari tanda yang baik. Manusia perlu menjaga kebersihan lingkungan dan kebersihan dirinya agar sehat, tidak bau, tidak malu, tidak menyebarkan kotoran, atau menyebarkan kuman penyakit bagi diri sendiri maupun orang lain.²²

Kebersihan menurut ajaran Islam di namakan *Thaharah* (suci). *Thaharah* sendiri bermakna kesucian dan kebersihan dari segala kotoran yang nyata, seperti suci dari hadas (hal-hal yang membatalkan wudhu), najis dan juga kotoran yang tidak nampak, seperti suci dari penyakit-penyakit hati. Kebersihan yaitu suatu usaha yang dilakukan untuk menghilangkan kotoran pada tempat-tempat yang kotor. Kebersihan merupakan tindakan yang dilakukan untuk menghilangkan kotoran-kotoran yang ada di lingkungan sekitar kita.²³

Dalam Aturan undang-undangan Nomor 11 Tahun 1963 tentang kebersihan untuk usaha-usaha umum disebutkan sebagai berikut :

- 1) Kebersihan merupakan segala usaha untuk memelihara dan mempertinggi derajat kesehatan.
- 2) Usaha-usaha bagi umum adalah usaha yang dilakukan oleh badan-badan pemerintah, swasta maupun perseorangan yang menghasilkan sesuatu untuk atau yang langsung dapat dipergunakan oleh umum.

²² Rahardjo, *Pengendalian Dampak Lingkungan*. (Surabaya : Airlangga, 2006)h. 109.

²³ Siti Nafsatul Rohmah, *Konsep Kebersihan Lingkungan Dalam Perspektif Pendidikan Islam*, Skripsi, Hlm. 26-27, 2017.

Kebersihan adalah unsur penting dalam perilaku beradab. Islam menganggap kebersihan sebagai suatu sistem peradaban dan ibadah. Karena itu, kebersihan menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari sebagai seorang muslim.²⁴

Nabi Muhammad saw sendiri adalah seorang Rasul yang sangat memperhatikan masalah kebersihan. Beliau selalu mengingatkan tentang pentingnya menjaga kebersihan serta pengaruhnya bagi kesucian jiwa seseorang. Beliau bersabda: “bersihkan apa yang kamu sanggup, karena Allah mendirikan Islam itu di atas sendi kebersihan. Tidaklah masuk surga kecuali orang yang bersih”. Perintah ini bersifat umum. Orang Islam diwajibkan memelihara kebersihan badan dan barang yang dimilikinya: pakaiannya, peralatan rumah tangganya, dan apa saja yang memang perlu untuk dijaga kebersihannya.²⁵

Salah satu penghambat kebersihan adalah sampah yaitu bahan buangan yang tidak memiliki nilai dan berharga untuk dimanfaatkan kembali. Sampah adalah bahan yang terbuang atau dibuang dari hasil aktivitas manusia maupun proses alam yang belum memiliki nilai ekonomis.

Pengertian sampah sendiri adalah bagian dari benda atau hal yang dilihat tidak digunakan lagi, tidak terpakai, tidak disenangi, dan harus di buang. Jenis sampah berdasarkan sifatnya yaitu:

- 1) Sampah organik : tidak bisa di olah lagi, seperti sayur, makanan daun kering dan sebagainya.
- 2) Sampah anorganik : bisa diolah lagi atau didaur ulang seperti kertas, plastik, botol dan sebagainya.

²⁴ Yusuf al-Qardhawi, *Fiqh Peradaban: Sunnah Sebagai Paradigma Ilmu Pengetahuan*. Penerjemah Faizah Firdaus (Surabaya: Dunia Ilmu, 1997), h. 361.

²⁵ Djamaluddin Ahmad al-Buny, *Keteladanan Hidup Nabi Muhammad Saw*(Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2003),h. 95-96.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kebersihan lingkungan begitu penting untuk kehidupan manusia. Jadi, sangat diharapkan bagi masyarakat untuk menjaga lingkungan, agar lingkungan kita bersih dari sampah, kebersihan merupakan cerminan hidup seseorang, hal ini harus dibiasakan dan dibudidayakan sampai kapanpun, agar tidak menimbulkan penyakit bagi manusia itu sendiri

3. Kajian mengenai Kenyamanan

a. Pengertian Kenyamanan

Kenyamanan adalah rasa yang timbul jika seseorang merasa diterima apa adanya, serta senang dengan situasi dan kondisi yang ada sehingga seseorang akan merasakan kenyamanan. Lain halnya dalam kamus Indonesia, pengertian nyaman mempunyai arti enak dan aman, sejuk dan bersih, tenang dan damai.²⁶

Kenyamanan dan perasaan nyaman adalah penilaian komprehensif seseorang terhadap lingkungannya. Manusia menilai kondisi lingkungan berdasarkan rangsangan yang masuk kedalam dirinya melalui keenam indra yaitu melalui syaraf dan dicerna oleh otak untuk dinilai. Dalam hal ini yang terlibat tidak hanya masalah fisik biologis namun juga perasaan. Suara, cahaya, bau, suhu, dan lain-lain yang masuk melalui rangsangan lalu ditangkap sekaligus, sehingga diolah oleh otak, kemudian otak akan memberikan penilaian relatif apakah kondisi itu dirasa nyaman atau tidak. Sedangkan ketidaknyamanan yang dirasakan dapat ditutupi oleh faktor lain.²⁷

Dalam kajian indef didapatkan fakta yaitu, adanya perhatian yang tinggi dari konsumen terhadap pentingnya segi-segi kebersihan, kenyamanan, dan keamanan pada saat berbelanja. Faktor keamananlah yang menjadi prioritas penting dimana

²⁶ Erlang Prima Insani, *Analisis Pengaruh Kenyamanan Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Resmi PT. Kai*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Hlm. 244, 2013.

²⁷ Satwiko, *Pengertian Kenyamanan Dalam Suatu Bangunan* (Yogyakarta : Wignjosoebroto, 2009).h.63.

harus menuntut kesiapan dari para aparat pengawas, Pembina dan termasuk penegak keamanan atau ketertiban. Praktik ‘premanisme’ di lingkungan pasar bukan hanya mengganggu kenyamanan pembeli, melainkan kelancaran usaha para pedagang. Beberapa atribut lain, seperti : promosi, luas outlet, kecepatan pelayanan, beranekaragam jenis produk, jumlah produk yang tersedia, jam operasional, merek, dan parkir gratis, dapat juga mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja.²⁸

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kenyamanan adalah suatu perasaan atau persepsi yang dinilai dari masing-masing individu pada suatu hal yang dimana rasa nyaman pada individu tertentu mungkin berbeda dengan individu lainnya.

b. Aspek kenyamanan

- 1) Kenyamanan fisik yaitu yang berhubungan dengan sensasi tubuh yang dirasakan oleh seseorang itu sendiri yang terdiri dari : kebersihan, keindahan, aroma dan kerapian.
- 2) Kenyamanan lingkungan yaitu yang berkenaan dengan lingkungan itu sendiri, kondisi dan pengaruh dari luar kepada seseorang seperti suara, suhu, temperatur, warna, pencahayaan, dll. Terdiri dari : pencahayaan, penghawaan, kelembaban udara dan keleluasaan gerak.²⁹

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kenyamanan

Beberapa faktor yang mempengaruhi kenyamanan sebagai berikut :

1) Sirkulasi

Kenyamanan dapat berkurang karena sirkulasi yang kurang baik, seperti tidak adanya pembagian ruang yang jelas untuk sirkulasi manusia dan kendaraan bermotor, atau tidak ada pembagian sirkulasi antara ruang satu dengan lainnya. sirkulasi dibedakan menjadi dua yaitu sirkulasi di dalam

²⁸ Tri Joko Utomo, *Persaingan Bisnis*, Hlm. 132, 2011.

²⁹ Katherine Kolcaba, *Comfort Theory and Practice: A vision for Holistic Care and Research*, (New York : Springer Publishing Co, 2003).

ruang dan sirkulasi di luar ruang atau peralihan antara dalam dan luar seperti *foyer* atau *lobby*, koridor, atau *hall*.

2) Temperatur

Jika temperatur ruang sangat rendah maka temperatur permukaan kulit akan menurun dan sebaliknya jika temperatur dalam ruang tinggi akan mengalami kenaikan pula. Pengaruh bagi aktivitas kerja adalah bahwa temperatur yang terlalu dingin akan menurunkan gairah kerja dan temperatur yang terlampau panas dapat membuat kelelahan dalam bekerja dan cenderung banyak membuat kesalahan.

3) Kebisingan

Pada daerah yang padat seperti perkantoran atau industri, kebisingan adalah salah satu masalah pokok yang bisa mengganggu kenyamanan para pekerja yang berada disekitarnya. Salah satu cara untuk mengurangi kebisingan adalah dengan menggunakan alat pelindung diri (*ear muff*, *ear plug*).

4) Aroma atau bau-bauan

Jika ruang kerja dekat dengan tempat pembuangan sampah maka bau yang tidak sedap akan tercium oleh orang yang melaluinya. Hal tersebut dapat diatasi dengan memindahkan sumber bau tersebut dan ditempatkan pada area yang tertutup dari pandangan visual serta di halangi oleh tanaman pepohonan atau semak ataupun dengan peninggian muka tanah.

5) Keamanan

Keamanan merupakan masalah terpenting karena ini dapat mengganggu dan menghambat aktivitas yang akan dilakukan. Keamanan bukan saja berarti dari segi kejahatan (kriminal), tapi juga termasuk kekuatan konstruksi, bentuk ruang, dan kejelasan fungsi.

6) Kebersihan

Sesuatu yang bersih selain menambah daya tarik lokasi, juga dapat menambah rasa nyaman karena terbebas dari kotoran sampah ataupun bau yang tidak sedap. Pada daerah tertentu yang menuntut kebersihan tinggi, pemilihan jenis pohon harus memperhatikan kekuatan daya rontok daun dan buah.

7) Keindahan

Keindahan merupakan hal yang perlu diperhatikan untuk memperoleh kenyamanan karena mencakup masalah kepuasan batin dan panca indera. Untuk menilai keindahan cukup sulit karena setiap orang memiliki persepsi yang berbeda untuk menyatakan sesuatu itu adalah indah. Dalam hal kenyamanan, keindahan dapat diperoleh dari segi bentuk ataupun warna.

8) Penerangan.

Untuk mendapatkan penerangan yang baik dalam ruangan perlu memperhatikan beberapa hal yaitu cahaya alami, penerangan yang kuat, kualitas cahaya, daya penerangan, pemilihan dan peletakan lampu. Pencahayaan alami disini dapat membantu penerangan buatan dalam batas-batas tertentu, baik dan kualitasnya maupun jarak jangkauan dalam ruangan.³⁰

³⁰ Abdul Hakim, *Analisis pengaruh Motivasi dan Iklim Terhadap Kinerja pegawai Pada dinas Perhubungan dan Telekomunikasi provinsi Jawa Tengah*. (JRBI,2006), Vol 2 No 2. h. 165.

4. Kajian mengenai Kepuasan Konsumen

a. Kepuasan

Kepuasan adalah ketika konsumen memenuhi kebutuhannya, hal itu merupakan konsumen memberikan penilaian terhadap sebuah fitur produk atau jasa, atau produk atau jasa itu sendiri. Hal itu merupakan suatu kepuasan yang didapatkan konsumen yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhannya.³¹

b. Konsumen

Konsumen adalah semua pihak yang menggunakan barang atau jasa yang ada di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk dijual kembali.

Secara umum konsumen dapat dikenali dengan mudah, yaitu para pengguna suatu barang maupun jasa. Mengacu pada pengertian konsumen di atas, jenis konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Konsumen Perorangan : Adalah konsumen yang membeli/memakai suatu produk (barang/jasa) untuk keperluan diri sendiri. Atau sering juga disebut dengan istilah *end user*. Contoh konsumen akhir: individu, keluarga.
- 2) Konsumen Organisasi : Adalah konsumen yang membeli/memakai suatu produk (barang/jasa) untuk keperluan operasional organisasi. Misalnya perusahaan yang membeli bahan baku atau keperluan lain agar perusahaan

³¹ Valeri A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler, *Service Marketing* (4 ed), Amerika New York 10020: McGraw – Hill, 2006.h.43.

dapat beroperasi. Contoh konsumen organisasi: distributor, agen, dan pengecer.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang ataupun kecewa seorang yang timbul setelah dia bandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang dia harapkan (ekspektasi). Konsumen membentuk ekspektasi mereka dari pengalaman sebelumnya, seperti mempertanyakan kepada rekan atau teman yang sudah membeli atau menggunakan produk yang sudah ditawarkan, serta informasi penawaran dari perusahaan tersebut. Apabila perusahaan berekspektasi sangat tinggi, maka konsumen pasti merasa kecewa. Dan apabila ekspektasi yang ditawarkan oleh perusahaan begitu rendah, maka konsumen tidak akan tertarik dengan produk yang ditawarkan.³²

c. Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen

Terdapat tiga aspek kepuasan konsumen yaitu : Loyal terhadap produk, adanya komunikasi yang positif dari mulut ke mulut dan perusahaan menjadi pertimbangan utama.

1) Loyal terhadap produk

Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

³² Philip Kotler & Keller, *Op. Cit. h 139*.

2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Kepuasan adalah merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain.

Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan, dimana konsumen lebih mengutamakan perusahaan yang sama untuk mendapatkan jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

Zeithaml dan Bitner (1996) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut :

1) Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat bergantung pada kualitas jasa yang diberikan. Kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu, keandalan (*reliability*), responsif (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), berwujud (*tangibles*), dan empati (*empathy*).

2) Kualitas Produk

Konsumen puas jika setelah membeli dan menggunakan produk, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas barang yang diberikan bersama-sama dengan pelayanan akan mempengaruhi persepsi konsumen. Ada delapan elemen dari kualitas produk, yakni kinerja, fitur, reliabilitas, daya tahan, pelayanan, estetika, sesuai dengan spesifikasi, dan kualitas penerimaan.

3) Harga

Pembeli biasanya memandang harga sebagai indikator dari kualitas suatu produk. Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai dasar menduga kualitas produk. Maka konsumen cenderung berasumsi bahwa harga yang lebih tinggi mewakili kualitas yang tinggi.

4) Faktor situasi dan personal

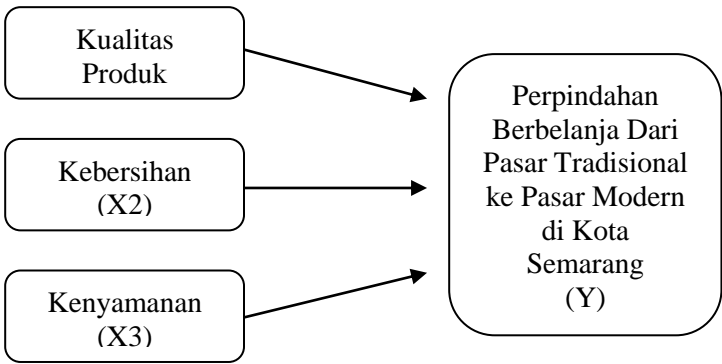
Faktor situasi dan pribadi, dapat mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi. Faktor situasi seperti kondisi dan pengalaman akan menuntut konsumen untuk datang kepada suatu penyedia barang atau jasa, hal ini akan mempengaruhi harapan terhadap barang atau jasa yang akan dikonsumsi.

Banyak hal yang dapat dilakukan untuk kepentingan konsumen yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen serta dapat meminimalkan ketidakpuasan bagi konsumen. Dari beberapa faktor diatas yang telah dipaparkan merupakan faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.

B. Penelitian Terdahulu

Sebelumnya telah dilakukan penelitian yang berhubungan dengan variabel yang sama tetapi dengan objek dan pendekatan yang berbeda-beda.

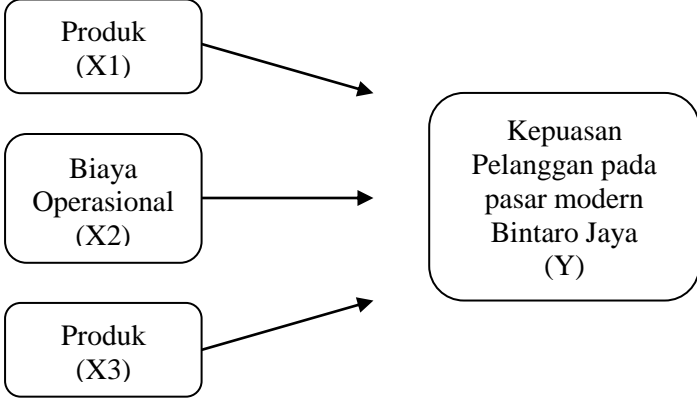
Tabel I.1 Penelitian Terdahulu

No	Identifikasi	Keterangan
1.	Nama Peneliti	Syaeful Amri 2012
	Judul Penelitian	Analisis pengaruh kualitas produk, kebersihan dan kenyamanan di pasar tradisional terhadap perpindahan berbelanja dari pasar tradisional ke pasar modern di kota Semarang.
	Alat Analisis	Regresi Linier Berganda
	Model Penelitian	 <pre> graph LR A[Kualitas Produk] --> D[Perpindahan Berbelanja Dari Pasar Tradisional ke Pasar Modern di Kota Semarang (Y)] B[Kebersihan (X2)] --> D C[Kenyamanan (X3)] --> D </pre>
	Hasil Penelitian	Variabel kualitas produk, kebersihan dan kenyamanan berpengaruh secara positif terhadap perpindahan berbelanja dari pasar tradisional ke pasar modern di kota Semarang.
	Hubungan dengan Penelitian	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam menganalisis variabel kebersihan dan kenyamanan.
	Perbedaan dengan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki perbedaan jumlah variabel X. 2. Memiliki perbedaan variabel Y dan 3. Lokasi dalam penelitian.

2.	Nama Peneliti	Ryan Nur Harjanto 2010
	Judul Penelitian	Analisis pengaruh harga, produk, kebersihan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada restoran mamamia cabang mrican Semarang).
	Alat Analisis	Regresi Linier Berganda
	Model Penelitian	<pre> graph LR X1[Harga (X1)] --> Y[Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada restoran mamamia cabang mrican Semarang) (Y)] X2[Produk (X2)] --> Y X3[Kebersihan] --> Y X4[Kualitas Layanan (X4)] --> Y </pre>
	Hasil Penelitian	Variabel harga, produk, kebersihan dan kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada restoran mamamia cabang mrican Semarang).
	Hubungan dengan Penelitian	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam menganalisis variabel kebersihan terhadap kepuasan pelanggan.
	Perbedaan dengan Penelitian	1. Memiliki perbedaan jumlah variabel X. 2. Lokasi dalam penelitian.
	Perbandingan hasil penelitian	Hasil penelitian ini yaitu variabel kebersihan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sama halnya dengan penelitian saya. Maka dengan hasil penelitian tersebut menandakan bahwa penelitian yang saya lakukan mendukung hasil penelitian ini.

3.	Nama Peneliti	Emmywati 2016
	Judul Penelitian	Pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari kenyamanan, keamanan, kemudahan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada galeri seni dan pusat meditation Ponorogo Jawa Timur.
	Alat Analisis	Regresi Linier Berganda
	Model Penelitian	<pre> graph LR X1(Kenyamanan) --> Y(Kepuasan Konsumen pada galeri seni dan pusat meditation Ponorogo Jawa Timur (Y)) X2(Keamanan (X2)) --> Y X3(Kemudahan (X3)) --> Y X4(Fasilitas (X4)) --> Y </pre>
	Hasil Penelitian	Variabel kenyamanan, keamanan, kemudahan dan fasilitas berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen pada galeri seni dan pusat meditation ponorogo jawa timur.
	Hubungan dengan Penelitian	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam menganalisis variabel Keamanan terhadap kepuasan Konsumen.
	Perbedaan dengan Penelitian	1. Memiliki perbedaan jumlah variabel X. 2. Lokasi dalam penelitian.
	Perbandingan hasil penelitian	Hasil penelitian ini yaitu variabel kenyamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sama halnya dengan penelitian saya. Maka dengan hasil penelitian tersebut menandakan bahwa penelitian yang saya lakukan mendukung hasil penelitian ini.

4.	Nama Peneliti	Riandi Cahya Nugraha 2011
	Judul Penelitian	Analisis Pengaruh harga, produk, kebersihan, promosi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di restoran Jepang Nagoya Fushion Solo.
	Alat Analisis	Regresi Linier Berganda
	Model Penelitian	<pre> graph LR X1[Harga (X1)] --> Y[Kepuasan Konsumen di restoran Jepang Nagoya Fushion Solo (Y)] X2[Produk (X2)] --> Y X3[Kebersihan] --> Y X4[Promosi (X4)] --> Y X5[Kualitas Layanan (X5)] --> Y </pre>
	Hasil Penelitian	Variabel harga, produk, kebersihan dan kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen di restoran Jepang Nagoya Fushion Solo.
	Hubungan dengan Penelitian	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam menganalisis variabel Kebersihan terhadap kepuasan konsumen.
	Perbedaan dengan Penelitian	1. Memiliki perbedaan jumlah variabel X. 2. Lokasi dalam penelitian.
	Perbandingan hasil penelitian	Hasil penelitian ini yaitu variabel kebersihan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sama halnya dengan penelitian saya. Maka dengan hasil penelitian tersebut menandakan bahwa penelitian yang saya lakukan mendukung hasil penelitian ini.

No	Identifikasi	Keterangan
5.	Nama Peneliti	Arif Rahman 2017
	Judul Penelitian	Pengaruh produk, biaya operasional dan kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan pada pasar modern Bintaro Jaya.
	Alat Analisis	Regresi Linier Berganda
	Model Penelitian	 <pre> graph LR X1[Produk (X1)] --> Y[Kepuasan Pelanggan pada pasar modern Bintaro Jaya (Y)] X2[Biaya Operasional (X2)] --> Y X3[Produk (X3)] --> Y </pre>
	Hasil Penelitian	Variabel Produk, Biaya operasional dan Kenyamanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan Pada Pasar Modern Bintaro Jaya.
	Hubungan dengan Penelitian	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam menganalisis variabel kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan/konsumen.
	Perbedaan dengan peneliti	1. Memiliki perbedaan jumlah variabel X. 2. Lokasi dalam penelitian.
	Perbandingan hasil penelitian	Hasil penelitian ini yaitu variabel kenyamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sama halnya dengan penelitian saya. Maka dengan hasil penelitian tersebut menandakan bahwa penelitian yang saya lakukan mendukung hasil penelitian ini.

C. Hipotesis

1. Kebersihan

- a. H_1 : Terdapat pengaruh kebersihan di pasar segar paal dua Manado terhadap kepuasan.
- b. H_0 : Tidak terdapat pengaruh kebersihan di pasar segar paal dua Manado terhadap kepuasan konsumen.

2. Kenyamanan

- a. H_2 : Terdapat pengaruh kenyamanan di pasar segar paal dua Manado terhadap kepuasan konsumen.
- b. H_0 : Tidak terdapat pengaruh kenyamanan di pasar segar paal dua Manado terhadap kepuasan konsumen.

3. Kebersihan dan Kenyamanan

- a. H_3 : Terdapat pengaruh kebersihan dan kenyamanan di pasar segar paal dua Manado terhadap kepuasan konsumen secara simultan.
- b. H_0 : Tidak terdapat pengaruh kebersihan dan kenyamanan di pasar segar paal dua Manado terhadap kepuasan konsumen secara simultan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu menekankan analisisnya pada data *numerical* atau angka yang kemudian diolah menggunakan metode statistik serta dilakukan pada penelitian inferensial untuk menguji hipotesis, sehingga didapatkan pengaruh antara variabel yang diteliti.³³ Pendekatan ini terfokus pada uji hipotesis, data yang digunakan haruslah terukur, dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Pendekatan ini diawali dengan hipotesis dan teori-teori, model analisis, mengidentifikasi variabel, membuat definisi operasional, mengumpulkan data berdasarkan populasi dan sampel serta melakukan analisis data. Dalam hal ini peneliti mencoba mengukur data pengaruh Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Segar Paal Dua Manado Terhadap Kepuasan Konsumen.

Untuk jenis penelitian yang peneliti gunakan yaitu penelitian survei. Penelitian survei ialah penelitian yang bertujuan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data.³⁴

B. Tempat dan waktu

Tempat penelitian ini dilakukan di Pasar Segar yang berada di Jl. Yos Sudarso, Paal Dua Manado, Sulawesi Utara. Dan penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2020 sampai dengan Mei 2020.

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015) h.93.

³⁴ Masri Singarimbun & Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta : LP3ES,1991), h.3.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi sendiri adalah seluruh objek yang diteliti dan terdiri dari beberapa individu, baik jumlahnya terbatas (*finite*) ataupun jumlah yang tidak terbatas (*infinite*).³⁵ Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan peneliti agar dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan.³⁶

Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang sedang berkunjung dan berbelanja di pasar Segar Paal Dua Manado. Yang diasumsikan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah setiap hari konsumen yang berkunjung dan berbelanja di Pasar Segar Paal Dua Manado.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi, yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Bagian ini diambil karena dalam banyaknya kasus para peneliti mustahil untuk diteliti semua jumlah populasi, sebab itu diberikan batasan untuk membentuk salah satu perwakilan populasi yang disebut sampel.³⁷ Dengan mempelajari sampel, peneliti mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian.

Pengambilan sampel merupakan proses dipilihnya beberapa elemen dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau

³⁵ Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metode Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: CV. Andi Ofset, 2006), h.92

³⁶ Sugiyono *Op.. Cit h.* 80.

³⁷ Augusty Tae Ferdinan, *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2006) h. 223.

karakteristiknya akan lebih mudah dalam menggeneralisasikan karakteristik atau sifat tersebut pada elemen populasi.³⁸

Untuk pengambilan sampel, peneliti memakai metode Rao Purba mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat normal distribusi pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = *Margin of error max* atau maksimal kesalahan yang dapat dikolerasi, disini ditetapkan

10% atau 0,1

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau Z= 1,96 dan *moe* 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

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

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

³⁸ Uma Sekaran, *Metode Penelitian Untuk Bisnis 1*. 4th Ed(Jakarta : Salemba Empat, 2006).h.122.

$$n = 96,04$$

pembulatan = **100**

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh sampel populasi sebanyak 96 orang, akan tetapi pada prinsipnya tidak memiliki aturan yang pasti untuk menentukan jumlah yang dianggap tetap dalam menentukan sampel.³⁹ Maka dalam hal ini peneliti mengambil sampel sebanyak **100 orang** responden yang cukup mewakili untuk diteliti.

3. Teknik pengambilan sampel

Untuk teknik pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan *Non-probability sampling*, dimana memilih sampel dengan metode non probabilitas atau secara tidak acak, elemen populasi tidak akan memiliki kesempatan lagi untuk menjadi sampel.⁴⁰ Dalam *Non-Probability Sampling* begitu banyak jenis metode yang bisa dipakai, dikarenakan terbatasnya biaya dan waktu, maka metode untuk mengambil sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*.

Accidental Sampling adalah teknik untuk menentukan sampel berdasarkan kebetulan, dimana konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang secara kebetulan ditemui itu sangat cocok sebagai sumber data.⁴¹

³⁹ Rao Purba dalam Kharis, *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*. (Semarang : Universitas Diponegoro, 2011). h.50.

⁴⁰ Nur Indriantoro dan Supomo, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit BFFE 2002), h.89.

⁴¹ Suharsimi Arikunto *Op. Cit* h. 85.

D. Teknik dan Instrumen pengumpulan data

1. Kuisisioner

Adalah beberapa pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau segala hal yang dia ketahui.⁴² Kuesioner digunakan oleh peneliti agar dapat mengetahui pengaruh kebersihan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen. Metode ini digunakan untuk mengetahui pendapat para konsumen/pembeli terhadap kebersihan dan kenyamanan di pasar Segar Paal Dua Manado.

2. Studi Pustaka

merupakan data yang didapat dari pihak lain atau secara tidak langsung. Data sekunder dalam penelitian ini berupa jurnal, majalah perekonomian, buku ilmiah, serta informasi dokumentasi lain melalui internet.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan agar kita dapat mengetahui dan mengukur suatu kuesioner tersebut sah atau tidak.⁴³ Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan antara nilai r hitung (*correlation item total correlation*) dengan nilai r tabel dengan ketentuan untuk *degree of freedom* (df).⁴⁴

⁴² *Ibid* h. 180.

⁴³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 36.

⁴⁴ *Ibid.*, h.37.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat kestabilan suatu alat ukur dalam mengukur suatu gejala. Reliabilitas akan menunjukkan seberapa sejauh hasil suatu pengukuran relatif konsisten atau tidak berbeda jika terjadi pengukuran ulang pada subyek yang sama.⁴⁵ Dalam uji reliabilitas ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS untuk mempermudah peneliti melakukan analisis data kuesioner dengan teknik *Cronbach Alpha*.

3. Skala pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya suatu interval yang terdapat dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut jika dipergunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.⁴⁶ Skala yang digunakan adalah skala likert. Dimana skala jenis ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Skala likert ini terbagi atas : Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju. Kelima penilaian tersebut diberi bobot sebagai berikut :

Pengukuran Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

⁴⁵ Sutrisno Hadi, *Statistika*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), h. 23.

⁴⁶ *Ibid.*, h. 131

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \dots\dots\dots$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X₁ = Variabel Kebersihan

a = Konstanta regresi

X₂ = Variabel Kenyamanan

b₁, b₂ = Angka koefisien regresi yang menunjukkan pengaruh variabel dependen yang didasarkan pada hubungan nilai variabel independen.

e = *error disturbances*.

4. Uji Asumsi Klasik

Agar kita memperoleh nilai pemerkiraan yang tidak biasa dan efisien dari persamaan regresi, maka dalam pelaksanaan analisis data harus memenuhi beberapa asumsi klasik sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Tujuannya agar kita mengetahui apakah kedua variabel baik terikat maupun bebas terdistribusi dengan normal atau tidak dalam model sebuah regresi. Dalam uji ini model regresi yang baik adalah data tersebut berdistribusi mendekati normal atau normal.⁴⁷

b. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terdapat korelasi antara *variabel Independent*. Jika terdapat korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko). Sebaiknya model regresi yang baik tidak ada korelasi diantara variabel independent.⁴⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan *varians* residual antara suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *varians* residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka itu disebut

⁴⁷*Ibid.*, h.212.

⁴⁸ Singgih Santoso, *Buku latihan SPSS statistik parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001), h 203.

Homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut heteroskedastisitas. Untuk model regresi yang baik tidak terjadinya heteroskedastisitas.⁴⁹

5. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk meneliti apakah ada hubungan sebab akibat antara kedua variabel atau meneliti sejauh mana pengaruh yang diberikan kebersihan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini untuk mencari analisis regresi linear berganda menggunakan bantuan aplikasi SPSS dengan rumus yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \dots\dots\dots$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X₁ = Variabel Kebersihan

a = Konstanta regresi

X₂ = Variabel Kenyamanan

b₁, b₂ = Angka koefisien regresi yang menunjukkan pengaruh variabel dependen yang didasarkan pada hubungan nilai variabel independen.

e = *error disturbances*.

⁴⁹ *Ibid.*, h.208.

6. Uji t (uji parsial)

Uji t parsial pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan menganggap variabel independen lainnya konstan.⁵⁰

7. Uji F (uji secara simultan)

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui seberapa besarkah pengaruh variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).⁵¹

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil menandakan kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent (Y) sangat terbatas.⁵² Nilai yang mendekati 1 berarti variabel Independent (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi Dependent (Y).

⁵⁰ Imam Ghozali *Op. Cit.h.98.*

⁵¹ Sugiyono *Op. Cit.h.257.*

⁵² Imam Gozali *Op. Cit.h.59.*

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Segar Paal Dua Manado

1. Sejarah berdirinya

Pertama kali dibangun awal tahun 2010 dan diresmikan pada bulan November 2010, pasar ini dikelola secara modern dan dibangun atas kerjasama antara PT Pasar Segar Manado dengan perusahaan induk BSA Land Jakarta, yang kemudian dikelola oleh PT. Pasar Segar Manado. Pasar ini memiliki kapasitas 50 ruko dan 232 kios, dimana ruko dan kios tersebut di sewakan kepada para pedagang maupun kepada pihak yang ingin membuka usaha di tempat ini. Pasar Segar Paal Dua Manado merupakan salah satu dari total 5 cabang yang berada di kota yang tersebar di Indonesia, dan juga dibawahahi oleh industri pengembangan properti yaitu *Land BSA*. Tempat untuk berjualan dipisahkan menjadi 3 jenis yaitu, lapak, kios, dan ruko.

Pasar Segar Paal dua manado yaitu pasar tradisional yang dijalankan dengan konsep modern dan mempunyai fasilitas yang cukup lengkap. Dikatakan tradisional karena masih menggunakan sistem penawaran antara pedagang dan konsumen. Transaksi penawaran ini lebih ditekankan kepada ikatan dan pendekatan emosional diantara pedagang dan konsumen, pendekatan semacam ini tidak akan kita jumpai ketika belanja di pasar modern.

2. Visi Misi dan Tujuan Pasar Segar Paal dua Manado

Pasar Segar memiliki visi, misi dan tujuan yang diterapkan untuk semua Pasar Segar yang ada di Indonesia. Berikut visi, misi dan tujuan Pasar Segar.

a. Visi

Menjadi yang paling menguntungkan dan terbaik di antara yang lain, untuk menjadi pengembang properti, pengembang pasar modern nomor satu dan terbaik Indonesia.

b. Misi

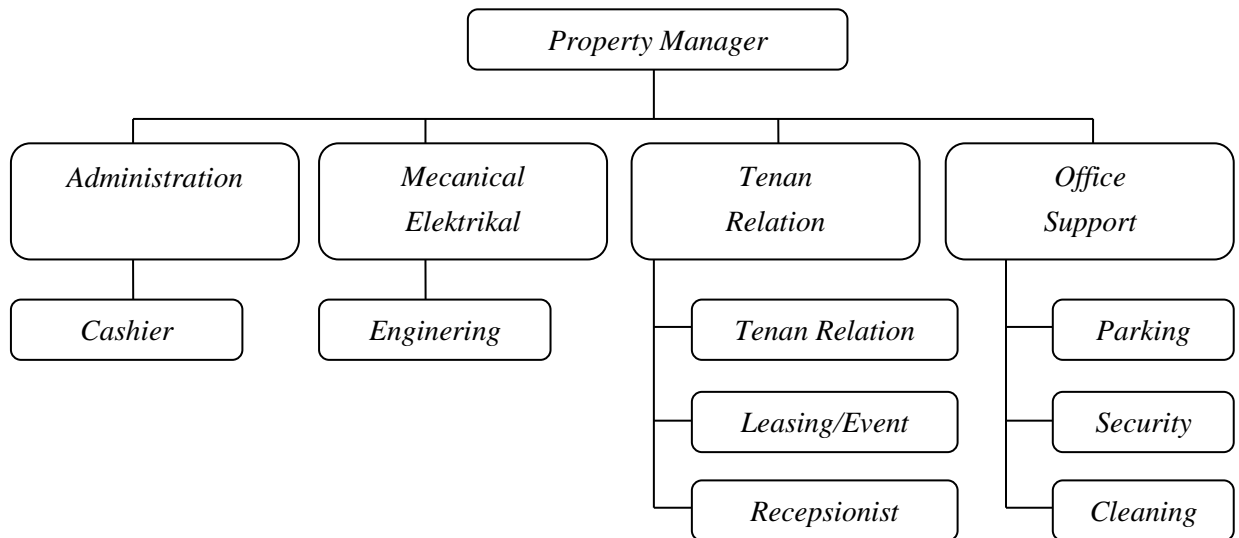
Mengembangkan kembali pasar tradisional yang nyaman, bersih dan ramah bagi semua yang berkepentingan, baik pedagang, konsumen dan pihak yang berkaitan.

c. Tujuan

Terciptanya pasar tradisional yang aman, bersih dan nyaman sehingga naiknya aktivitas kegiatan ekonomi kerakyatan.

3. Struktur Organisasi Pasar Segar Paal Dua Manado

Pasar Segar Paal dua Manado mempunyai pegawai berjumlah 12 orang. pegawai tersebut menempati kedudukan anatara lain sebagai, *Tenan Relation*, *General Affair*, *Mecanical Elektrical* dan *Administration*. Kemudian bagian tenaga pengamanan, kebersihan dan parkir, pengelola Pasar Segar Paal Dua Manado memakai jasa tenaga kerja alih daya (*outsorching*). Selanjutnya adalah struktur organisasi dari Pasar Segar Paal Dua Manado.



Sumber : Pengelola Pasar Segar Paal dua Manado

Gambar I.1 Struktur Organisasi Pasar Segar Paal dua Manado

Property Manager ialah pimpinan pasar yang memegang tanggung jawab mengoperasikan Pasar Segar Paal Dua Manado. *Property Manager* juga memiliki tugas mengkoordinasikan keseluruhan departemen. Pimpinan pasar dibantu oleh empat departemen, yaitu *Departemen of Administration*, *Departemen of Mecanical Elektrikal*, *Departemen of Tenan Relation* dan *Departemen of Office Support*.

- a. *Departemen of Administration* tugasnya untuk mengurus semua hal yang berkaitan dengan uang, dan juga mempunyai tugas menagih dan membayar.
- b. *Departemen of Mecanical Elektrikal* tugasnya yaitu mengurus semua yang berkaitan dengan perangkat dukungan, seperti air, listrik, dan sirkulasi angin.
- c. *Departemen of Tenan Relation* dibagi menjadi 3, antara lain : *Tenan Relation* fungsinya yaitu untuk membangun ikatan dan berkoordinasi kepada penyewa maupun yang memiliki kios. Kemudian *Leasing* tugasnya untuk menjalin ikatan kepada pihak luar yang bertujuan untuk promosi dan menyiapkan kegiatan. Dan

yang terakhir *Receptionis* tugasnya untuk melayani penyewa apabila menginginkan informasi.

d. *Departemen of Office Support* memimpin 3 cabang, antara lain : kebersihan, keamanan serta parkir yang menjadi bagian dari *Outsourcing*.

4. Akomodasi Pasar Segar Paal Dua Manado

Fasilitas yang dimiliki cukup lengkap. Bangunannya secara umum dibagi menjadi 2. Yang pertama ialah gedung utama, kemudian yang kedua ialah ruko yang berbaris rapi bagian sebelah utara dari gedung utama. Pengelola juga menyediakan fasilitas untuk menunjang kenyamanan para pengunjung dalam berbelanja dan para penjual.

Akomodasi yang dimiliki Pasar Segar Paal dua Manado :

- a. Gedung utama
- b. Area Parkir
- c. Toilet
- d. *ATM Centre*
- e. Musholla
- f. Kantor Pengelola
- g. Penampungan Sampah
- h. Petunjuk arah
- i. Instalasi listrik dan air pada setiap unit kios/lapak.

5. Profil Pasar Segar Paal dua Manado

Letak Bangunan : Jl. Yos Sudarso, Paal Dua, Kota Manado, Sulawesi Utara
95129.

Telp : (0431) 845100

Facebook : Pasar segar paal dua manado

B. Gambaran Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah para konsumen yang berbelanja di pasar segar paal dua Manado. Hal ini sesuai dengan metode untuk pengambilan sampel yang peneliti pakai dalam penelitian ini, yaitu *non probability sampling*, dimana teknik *sampling* yang peneliti gunakan agar tidak mendapatkan kesempatan yang sama untuk setiap anggota populasi dijadikan sampel.

Dari hasil data 100 responden yang sedang berbelanja di Pasar Segar Paal Dua Manado, melalui kuesioner di-dapatkan kondisi responden tentang usia, jenis kelamin dan jenis pekerjaan. Penggolongan yang peneliti lakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan supaya dapat diketahui secara jelas mengenai gambaran para responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum responden sebagai obyek dalam penelitian ini satu per satu dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Gambaran umum berdasarkan jenis kelamin responden

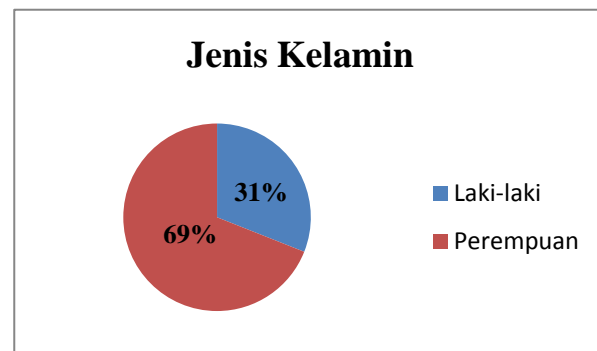
Dari hasil penelitian, peneliti memperoleh gambaran tentang jenis kelamin responden yang dapat terlihat pada Tabel dan Gambar II.1 sebagai berikut :

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Persentase (%)
Laki-laki	31
Perempuan	69
Jumlah	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Gambar 4.1 Responden berdasarkan



Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel dan Gambar 4.1 ditunjukkan bahwa responden yang sedang berbelanja di Pasar Segar Paal Dua Manado terbanyak yaitu berjenis kelamin perempuan dengan jumlah sebanyak (69%), dan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak (31%).

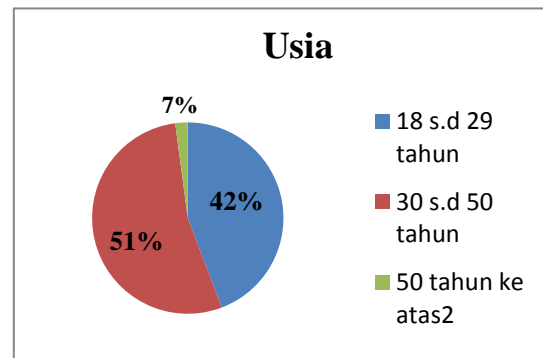
2. Gambaran umum responden berdasarkan usia

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia

NO	Usia	Jumlah	Persentase
1	18 s.d 29 tahun	42	42
2	30 s.d 50 tahun	51	51
3	50 tahun ke atas	7	7
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Gambar 4.2 Responden berdasarkan



Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel dan Gambar 4.2 ditunjukkan bahwa usia responden yang sedang berbelanja di Pasar Segar Paal Dua Manado terbanyak adalah 30 s.d 50 tahun (51%), kemudian usia 18 s.d 29 tahun (42%), dan usia 50 tahun keatas (7%).

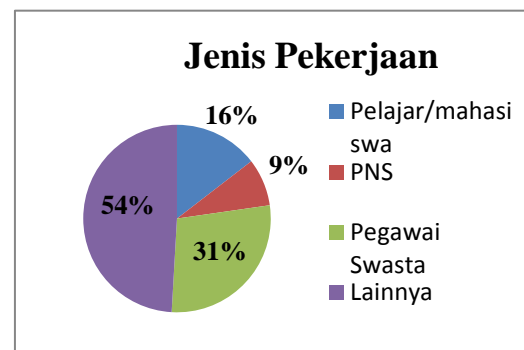
3. Gambaran umum responden berdasarkan jenis pekerjaan

Tabel 4.3 Responden Jenis Pekerjaan Pekerjaan

NO	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/mahasiswa	16	16
2	PNS	9	9
3	Pegawai Swasta	31	31
4	Lainnya	54	54
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Gambar 4.3 Responden Jenis



Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel dan Gambar 4.3 ditunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden yang sedang berbelanja di Pasar Segar Paal Dua Manado terbanyak adalah lainnya (54%), kemudian pegawai swasta (31%), pelajar/mahasiswa (16%) dan PNS (9%).

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji ini akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana seluruh variabel penelitian memuat 34 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan valid atau tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah, Jika r hitung $>$ dari r tabel dan memiliki nilainya positif, maka pernyataan dikatakan valid.⁵³ Dari hasil analisis yang sudah dilakukan, maka didapatkan hasil pengujian validitas melalui aplikasi SPSS yang ditunjukkan pada Tabel II.4 sebagai berikut :

Tabel II.4 Hasil Uji Validitas

No	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kebersihan			
	- Question1	0,356	0,198	valid
	- Question2	0,376	0,198	valid
	- Question3	0,388	0,198	valid
	- Question4	0,326	0,198	valid
	- Question5	0,456	0,198	valid
	- Question6	0,520	0,198	valid
	- Question7	0,609	0,198	valid
	- Question8	0,446	0,198	valid
	- Question9	0,454	0,198	valid
	- Question10	0,485	0,198	valid
	- Question11	0,514	0,198	valid
- Question12	0,438	0,198	valid	

⁵³ Imam Ghozali *Op. Cit.* h.30.

2	Kenyamanan			
	- Question1	0,560	0,198	Valid
	- Question2	0,457	0,198	Valid
	- Question3	0,395	0,198	Valid
	- Question4	0,411	0,198	Valid
	- Question5	0,533	0,198	Valid
	- Question6	0,406	0,198	Valid
	- Question7	0,485	0,198	Valid
	- Question8	0,563	0,198	Valid
	- Question9	0,649	0,198	Valid
- Question10	0,638	0,198	Valid	
3	Kepuasan Konsumen			
	- Question 1	0,296	0,198	Valid
	- Question 2	0,361	0,198	Valid
	- Question 3	0,411	0,198	Valid
	- Question 4	0,334	0,198	Valid
	- Question 5	0,467	0,198	Valid
	- Question 6	0,312	0,198	Valid
	- Question 7	0,565	0,198	Valid
	- Question 8	0,530	0,198	Valid
	- Question 9	0,444	0,198	Valid
	- Question 10	0,581	0,198	Valid
	- Question 11	0,558	0,198	Valid
- Question 12	0,528	0,198	Valid	

Sumber : Data SPSS Diolah Peneliti, 2020

Hasil data dari Tabel II.4 dimana pengujian validitas instrumen penelitian (kuesioner) dengan masing-masing pertanyaan didapatkan nilai r hitung $>$ r tabel yaitu 0,198. Maka seluruh pertanyaan kuesioner ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah salah satu alat yang berguna untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan alat pengukuran konstruk suatu variabel. Kuesioner dikatakan handal atau reliabel jika jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu kini hingga ke waktu yang akan datang. Uji reliabilitas merupakan tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu

gejala atau kejadian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.⁵⁴

Tabel II.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Status
Kebersihan (X1)	0,633	Reliabel
Kenyamanan (X2)	0,682	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,644	Reliabel

Sumber : Data SPSS Diolah Peneliti, 2020

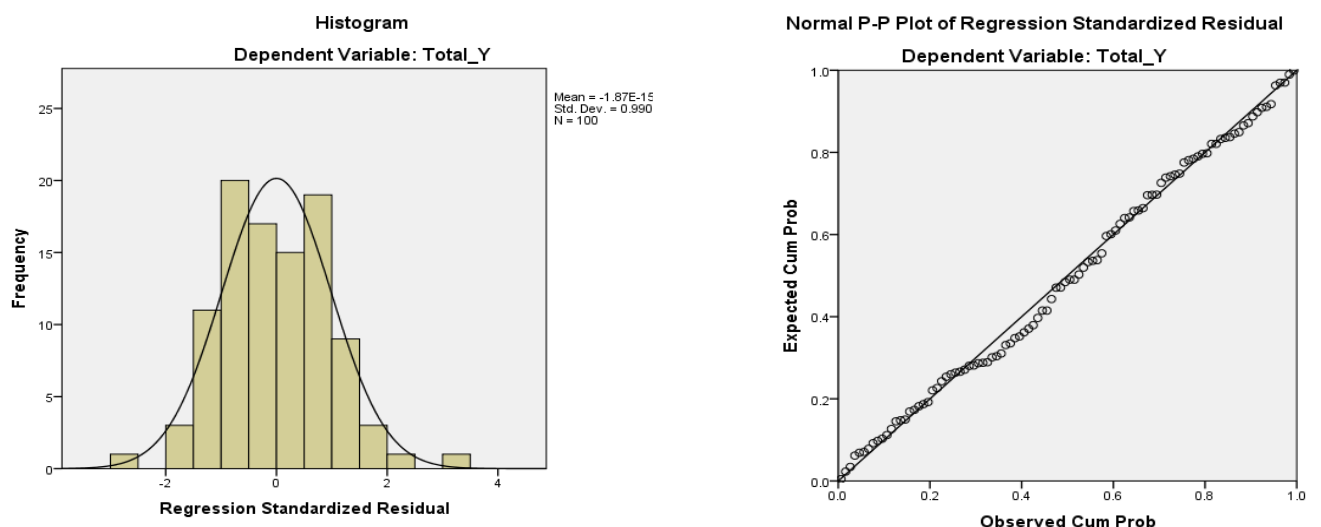
Pada tabel II.5 diatas didapatkan hasil dari uji reliabilitas ditunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien *alpha* lebih besar dari 0,60 maka disimpulkan semua konsep pengukur setiap variabel dari kuesioner ini reliabel yang artinya adalah kuesioner yang peneliti gunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang reliabel atau handal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Merupakan analisis data yang bertujuan untuk menguji apakah variabel dalam model regresi berdistribusi normal. Agar dapat diketahui ada tidaknya normalitas dalam suatu model regresi, yaitu dengan cara memperhatikan grafik P-plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk salah satu garis lurus diagonal, dan *ploting* atau titik-titik data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Dikatakan distribusi data residual normal, jika terlihat garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.⁵⁵

Gambar II.4 Hasil uji Normalitas



Dari hasil grafik normal Plot diatas disimpulkan bahwa grafik histogram memiliki pola distribusi yang normal. Sedangkan pada grafik normal *P-plot of regression standardized residual* terlihat titik-titik tersebut mendekati garis diagonal, dan menyebar mengikuti arah garis diagonalnya. Maka disimpulkan bahwa grafik di atas menunjukkan suatu model regresi yang layak, karena memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini tujuannya untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi diantara variabel X. Dalam pengujian multikolinieritas ini model regresi seharusnya tidak adanya korelasi diantara variabel X. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi, yaitu dengan cara memperhatikan nilai *tolerance*, serta nilai VIF (*variance inflation factor*). Nilai *cut off* yang sering dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas yaitu nilai *tolerance* > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan bebas dari multikolinieritas.⁵⁶

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel II.6 sebagai berikut :

Tabel II.6 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kebersihan	.706	1.417
Kenyamanan	.706	1.417

Sumber : Data SPSS Diolah Peneliti, 2020

⁵⁶ *Ibid.*, h.105.

Berdasarkan Tabel II.6 dari hasil pengujian multikolinearitas di atas menggunakan SPSS, didapatkan nilai *tolerance* dari kedua variabel yaitu kebersihan (X1) dan kenyamanan (X2) adalah sebesar $0,706 > 0,10$. Sementara, nilai VIF untuk kedua variabel yaitu kebersihan (X1) dan kenyamanan (X2) adalah $1,417 < 10,00$. Maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antara variabel X didalam regresi ini.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas tujuannya menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lain. Jika *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain tetap, dapat dikatakan homokedastisitas namun bila beda dikatakan heteroskedastisitas.⁵⁷

Heteroskedastisitas dalam penelitian ini diuji menggunakan uji koefisien korelasi *Rank Spearman* yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi dengan semua variabel bebas (X). Apabila probabilitas hasil korelasi $< 0,05$ (5%), maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya jika $> 0,05$ maka berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas.

⁵⁷ *Ibid h.139.*

Tabel II.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Correlations		
			Kebersihan	Kenyamanan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kebersihan	Correlation Coefficient	1.000	.540**	-.012
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.908
		N	100	100	100
	Kenyamanan	Correlation Coefficient	.540**	1.000	.035
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.730
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.012	.035	1.000
		Sig. (2-tailed)	.908	.730	.
		N	100	100	100

Sumber : Data SPSS Diolah Peneliti, 2020

Hasil Tabel II.7, semua prediktor mendapatkan nilai $> 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi yang diperoleh terbebas dari kasus heteroskedastisitas. nilai sigifikansi 2-tailed adalah 0,908 dan 0,730 $> 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa varian residual model regresi ini adalah homogen atau model regresi yang diperoleh terbebas dari heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini saya menggunakan regresi linear berganda dalam membuktikan hipotesis. Input data yang digunakan dalam Analisis ini diperoleh dari kuesioner. Kemudian diolah menggunakan program aplikasi SPSS versi 22, sebagai berikut :

Tabel II.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	11.987	4.089	
Kebersihan	.475	.088	.474
Kenyamanan	.353	.103	.301

Sumber : Data SPSS Diolah Peneliti, 2020

Berdasarkan hasil tabel II.8 dimana hasil analisis regresi didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = 11,987 + 0,475 X_1 + 0,353 X_2$$

Hasil analisis regresi linear berganda yang masih berbentuk angka ini dapat dijelaskan dalam bahasa yang mudah dipahami sebagai berikut ini :

a. Konstanta 11.987

Nilai konstanta sebesar 11.987, ini berarti jika variabel kebersihan dan kenyamanan bernilai nol, maka kepuasan konsumen akan bernilai sebesar 11.987. Sehingga disimpulkan bahwa tanpa ada variabel kebersihan dan kenyamanan maka kepuasan konsumen akan berjumlah sebesar 11,987 dan menunjukkan hasil yang positif.

b. $(b_1) = 0,475$

Hal ini berarti bahwa variabel kebersihan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,475 atau berpengaruh secara positif yang artinya jika variabel kebersihan meningkat sebesar 1, maka berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan akan meningkat sebesar 0,475.

c. $(b_2) = 0,353$

Hal ini berarti variabel kenyamanan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,353 atau berpengaruh secara positif yang berarti jika variabel kenyamanan meningkat sebesar 1, maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan akan meningkat sebesar 0,353.

5. Uji T

Pada dasarnya uji t ini menunjukkan seberapa besarkah pengaruh satu variabel independen (X) secara parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y). Dasar kepuasan konsumen dengan menggunakan angka probabilitas signifikan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS versi 22, yang selengkapnya sebagai berikut :

Tabel II.9 Hasil Analisis Uji t

	Model	T	Sig.
1	(Constant)	2.932	.004
	Kebersihan	5.390	.000
	Kenyamanan	3.418	.001

Sumber : Data SPSS Diolah Peneliti, 2020

Selanjutnya mencari t tabel

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel X yaitu kebersihan (X1) dan kenyamanan (X2), kemudian responden berjumlah 100 orang, dengan signifikansi 5% (dikarenakan dua sisi, maka signifikansi menjadi 0,025).

Untuk langkah berikutnya mencari df memakai rumus $df = n - k$.

$df = 100 - 2$ keterangan : n (jumlah responden)

$df = 98$ k (jumlah variabel X)

setelah itu menentukan taraf signifikansi

taraf signifikansi 2 sisi adalah **0,025**

Maka didapatkan hasil yaitu **98 ; 0,025**, selanjutnya tinggal kita membaca tabel t sesuai dengan hasil di atas. Perhatikan gambar berikut untuk cara membacanya :



Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr \ df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98569	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98532	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98496	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98461	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98427	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98393	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98361	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98329	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98298	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98267	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98238	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98209	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98180	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98152	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98125	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98098	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98072	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98047	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98022	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Dari Hasil pengujian diatas didapat t hitung X1 sebesar (5,390), sedangkan X2 sebesar (3,418) dan t tabel sebesar 1,984. Jadi dari hasil tiap-tiap variabel dapat diketahui variabel manakah yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut :

H1 : Uji hipotesis kebersihan terhadap kepuasan konsumen dari hasil perhitungan yang diperoleh t hitung untuk X1 sebesar 5,390 lebih besar dari t tabel 1,984, ini berarti dapat ditarik kesimpulan H1 diterima dan Ho ditolak, hasil tersebut menunjukkan bahwa kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H2 : Uji hipotesis kenyamanan terhadap kepuasan konsumen dari hasil perhitungan yang diperoleh t hitung untuk X2 sebesar 3,418 lebih besar dari t tabel 1,984, yang berarti dapat ditarik kesimpulan H2 diterima dan Ho ditolak, maka ini menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

6. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui semua variabel X yaitu kebersihan dan kenyamanan apakah berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel II.10 Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	599.177	2	299.588	43.015	.000 ^b
	Residual	675.573	97	6.965		
	Total	1274.750	99			

Sumber : Data SPSS Diolah Peneliti, 2020

Selanjutnya mencari f tabel

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel X yaitu kebersihan (X1) dan kenyamanan (X2), kemudian responden berjumlah 100 orang, dengan signifikansi 5% (0,05).

Untuk langkah pertama mencari f tabel adalah dengan menggunakan rumus f tabel (k;n-k).

$$F \text{ tabel} = 2 ; 100-2$$

keterangan : n (jumlah responden)

$$F \text{ tabel} = 2 ; 98$$

k (jumlah variabel X)

Langkah selanjutnya membaca tabel f sesuai dengan hasil di atas yaitu **2 ; 98**, perhatikan gambar berikut ini :

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

Berdasarkan hasil Tabel II.10 perhitungan uji F dengan SPSS, di-dapat nilai f hitung sebesar 43,015 dan f tabel sebesar 3,09, ini berarti f hitung > f tabel. Maka H3

diterima dan H_0 ditolak atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara variabel kebersihan dan kenyamanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Bertujuan agar dapat mengetahui berapa besar persentase hubungan variabel X terhadap variabel Y. Jumlah pengaruh persentase variabel X terhadap variabel Y dapat kita ketahui dari besarnya koefisien determinasi (R^2) persamaan regresi. Selanjutnya dapat kita lihat dari tabel hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 22 sebagai berikut :

Tabel II.11 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	.470	.459	2.639

Sumber : Data SPSS Diolah Peneliti, 2020

Dilihat dari Tabel II.11 koefisien determinasi (R^2) menunjukkan *R Square* sebesar 0,470 atau diubah ke persen menjadi 47,0%, yakni berarti variasi variabel kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kebersihan (X1) dan kenyamanan (X2) sebesar 47,0%, sisanya 53,0% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian ini.

Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X dalam menjelaskan variabel Y hanya sebesar 47,0%, sedangkan sisanya yang berjumlah 53,0% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hasil ini menunjukkan hasil kurang baik, karena hasil persentase yang baik adalah apabila besar persentase mendekati angka 100%.

D. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengolahan data melalui uji t dan uji f maka di dapatkan hasil jawaban terhadap rumusan masalah sebagai berikut :

1. Kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pasar Segar Paal Dua Manado.

Hal ini dapat dibuktikan dari hasil Uji hipotesis kebersihan terhadap kepuasan konsumen yang diperoleh t hitung untuk variabel kebersihan sebesar 5,390 lebih besar dari t tabel 1,984, dan sudah sesuai dengan teori kebersihan menurut Rahardjo dimana dikatakan bersih apabila keadaan disekitar tersebut tidak terdapat sampah dan tidak menimbulkan bau disekitar sehingga para konsumen merasa puas saat berbelanja. Hasil ini juga sudah sesuai dan mendukung hasil penelitian terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan H1 diterima dan Ho ditolak, yang menunjukkan bahwa kebersihan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2. Kenyamanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Pasar Segar Paal Dua Manado.

Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil Uji hipotesis kenyamanan terhadap kepuasan konsumen yang diperoleh t hitung untuk variabel kenyamanan sebesar 3,418 lebih besar dari t tabel 1,984, dan sudah sesuai dengan teori kenyamanan menurut Satwiko dimana dikatakan faktor suara, cahaya, bau, suhu, dan lain-lain dalam suatu bangunan pasar dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga didapatkan hasil bahwa mereka merasa nyaman dan merasa puas saat berbelanja. Hasil ini juga sudah sesuai dan mendukung hasil penelitian terdahulu, sehingga dapat ditarik kesimpulan H2 diterima dan Ho ditolak, maka ini menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Segar Paal dua berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen secara Simultan.

Hal ini dapat dibuktikan dari hasil perhitungan uji F, dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 43,015 dan F tabel sebesar 3,09, yang berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$. dan sudah sesuai dengan teori kepuasan konsumen, sehingga didapatkan hasil bahwa mereka merasa kebersihan dan kenyamanan sudah terpenuhi dan membuat mereka merasa puas saat berbelanja. Hasil ini juga sudah sesuai dan mendukung hasil penelitian terdahulu. Berarti dapat ditarik kesimpulan H3 diterima dan H_0 ditolak, ini menunjukkan bahwa kebersihan dan kenyamanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kebersihan dan kenyamanan Di Pasar Segar Paal Dua Manado Terhadap Kepuasan Konsumen, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil uji t di atas antara Variabel kebersihan dan kepuasan konsumen di dapatkan hasil yang positif, sehingga menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu terdapat pengaruh kebersihan terhadap kepuasan konsumen di Pasar Segar Paal Dua Manado dan hipotesis H1 diterima.
2. Dari hasil uji t yang kedua antara Variabel kenyamanan dan kepuasan konsumen di dapatkan hasil yang positif, sehingga menjawab rumusan masalah yang kedua yaitu terdapat pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan konsumen di Pasar Segar Paal Dua Manado dan hipotesis H2 diterima.
3. Dari hasil pengujian secara bersama-sama antara variabel kebersihan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen di dapatkan hasil yang positif, sehingga menjawab rumusan masalah yang ketiga yaitu terdapat pengaruh secara simultan antara kebersihan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen di Pasar Segar Paal Dua Manado dan hipotesis H3 diterima.

B. Saran

Adapun saran dari penulis yang berhubungan dengan kebersihan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen yaitu :

1. Saran untuk penelitian lanjutan, penelitian ini masih bisa dilakukan kembali dengan objek penelitian yang beda dengan pertanyaan kuesioner penelitian lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat juga dimanfaatkan untuk rujukan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan kebersihan dan kenyamanan.
2. Pasar Segar paal dua Manado harus memperhatikan juga mempertahankan kebersihan dan kenyamanan yang sudah diterapkan sampai saat ini, karena variabel tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sehingga dengan demikian kedepannya maka konsumen bisa sering mengunjungi dan berbelanja kembali karena telah merasa puas.

Pasar Segar Paal dua Manado juga harus lebih memperhatikan protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah sehubungan dengan virus Covid 19, karena pada saat penliti melakukan penelitian masih ada beberapa pengunjung ataupun pembeli yang tidak menjaga jarak aman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi. 2011. *Peradaban Ekonomi Islam*. Bandung : Pustaka Setia.
- Ahmad, Djamaluddin al-Buny. 2003. *Keteladanan Hidup Nabi Muhammad Saw*. Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Al-Qardhawi Yusuf. 1997. *Fiqih Peradaban: Sunnah Sebagai Paradigma Ilmu Pengetahuan*. Penerjemah Faizah Firdaus. Surabaya: Dunia Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ferdinand, Augusty Tae. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. 2016. *Statistika*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Indriantoro, Nur dan Supomo. 2002. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit BFFE.
- Kolcaba, Katherine, 2003, *Comfort Theory and Practice: A vision for Holistic Care and Research*. New York : Springer Publishing Co.
- Kotler, Philip, dan Amstrong. 2003, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, Philip, dan Keller. 2008, *Manajemen Pemasaran edisi 13*, Jakarta: Erlangga.
- Malano, Hermanto. 2011, *Selamatkan Pasar Tradisional*, Jakarta. Penerbit Gramedia.
- Mark, Sanders & Ernest McCormick. 1993. *Human Factors In Engineering and Design*, McGraw-Hill, Inc.
- Nur Rianto Al Afif dan Euis Amalia, 2010, *Teori Mikro ekonomi*, Jakarta: Kencana.

- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, 2008, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rahardjo, 2006, *Pengendalian Dampak Lingkungan, Surabaya : Airlangga*.
- Sabarguna, B. S. 2004. *Quality Assurance Pelayanan Rumah Sakit*. Edisi kedua Yogyakarta : Konsorsium Rumah Sakit Islam Jateng.
- Santoso, Singgih. 2001. *Buku latihan SPSS statistik parametrik*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Satwiko. 2009. *Pengertian Kenyamanan Dalam Suatu Bangunan*, Yogyakarta : Wignjosoebroto.
- Sekaran, Uma 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis I*, Jakarta : Salemba Empat.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi, 1991, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta : LP3ES.
- Soekirno. Sadono, 2001, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*, Cet. Ke-5. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sofjan Assauri, 2004, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Ofset.
- Tjiptono, F, dan Chandra, G. 1997, *Service Quality and Satisfaction*. Andi Yogyakarta.
- Umar Husein. 2005, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Valeri A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler 2006, *Service Marketing* (4 ed), Amerika New York 10020: McGraw – Hill.

Veithzal Rivai, 2012, *Islamic Marketing*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
 Yogi, 2006, *Ekonomi Manajemen Pendekatan Analisis Praktis*, Jakarta: Kencana.

Yuliarsih, Retno Widyati, 2002, *Higiene dan Sanitasi*, Jakarta : P.T Grasindo.

Skripsi dan Jurnal

Hakim, Abdul. 2006. *Analisis Pengaruh Motivasi Dan Iklim Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Perhubungan Dan Telekomunikasi Provinsi Jawa Tengah*. JRBI. Vol 2. No2. Hal 165.

Khair, Ibnu. 2013. *Kenyamanan Sirkulasi pengunjung Pasar Tradisional Ciledug*, Fakultas Teknik Arsitektur Universitas Mercu Buana.

Kharis, Ismu Fadli. 2011. *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online*. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.

Masitoh, Eis Al, 2014, *Upaya Menjaga eksistensi Pasar Tradisional (Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul)*, Jurnal PMI, Vol. X. No.2.

Wicaksono. dkk, 2008. *Persepsi Pedagang Pasar terhadap Program Perlindungan Pasar Tradisional Oleh Pemerintah Kota Semarang (Studi kasus pedagang pasar Peterongan Semarang Selatan)*, Jurnal Ilmu Pemerintah Universitas Diponegoro.

Lainnya

Perpres RI No. 112, 2007.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KEBERSIHAN DAN KENYAMANAN DI PASAR SEGAR PAAL DUA MANADO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Dalam rangka penulisan Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, maka dengan ini saya memohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi angket berikut ini. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

Beri tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan di bawah ini

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia

<input type="checkbox"/> 18-29 tahun	<input type="checkbox"/> 30-50 tahun
<input type="checkbox"/> >50 tahun	
4. Jenis Kelamin

<input type="checkbox"/> Laki-Laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
------------------------------------	------------------------------------
5. Jenis Pekerjaan

<input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa	<input type="checkbox"/> PNS
<input type="checkbox"/> Pegawai Swasta	<input type="checkbox"/> Lainnya.....
6. Tingkat Pendapatan

<input type="checkbox"/> <Rp.500.000- Rp.1.000.000	<input type="checkbox"/> Rp.2.000.000- Rp.4.000.000
<input type="checkbox"/> Rp.1.000.000- Rp.2.000.000	<input type="checkbox"/> >Rp.4.000.000

Petunjuk Pengisian

Jawablah pertanyaan sesuai dengan pemahaman Bapak/Ibu/Saudara/I.

Beri tandacentang (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban anda.

Adapun kriteria jawaban :

Jawaban	Keterangan	Total Skor
SS	SangatSetuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	TidakSetuju	2
STS	SangatTidakSetuju	1

1. Variabel X1 (Kebersihan)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A	Pengelolaan Sampah Yang Baik					
1	Saya merasa sampah di Pasar Segar Paal Dua Manado sudah dikelola dengan baik.					
2	Pihak pengelola Pasar Segar Paal Dua Manado sudah menyediakan tempat sampah.					
3	Saya merasa tidak ada penimbunan sampah di Pasar Segar Paal Dua Manado karena sampah sudah dikelola dengan baik.					
4	Saya merasa pengelolaan sampah yang baik di Pasar Segar Paal Dua Manado sangatlah penting.					
B	Lingkungan Pasar Yang Terlihat Bersih Dan Bebas Dari Sampah					
5	Saya merasa lingkungan di Pasar Segar Paal Dua Manado bebas dari sampah.					
6	Saya merasa lingkungan di bagian luar Pasar Segar Paal Dua Manado terlihat bersih.					
7	Saya merasa lingkungan di bagian dalam dan luar Pasar Segar Paal Dua Manado terlihat bersih dan bebas dari sampah.					
8	Pihak pengelola Pasar Segar Paal Dua Manado selalu memperhatikan kebersihan lingkungan pasar.					

C	Lapak Pedagang Yang Terlihat Rapi Dan Bersih				
9	Saya merasa lapak dagangan di Pasar Segar Paal Dua Manado terlihat rapi dan bersih.				
10	Lapak dagangan di Pasar Segar Paal Dua Manado selalu tampak bersih dan rapi.				
11	Saya merasa senang jika lapak pedagang di Pasar Segar tampak rapi dan bersih				
12	Lapak pedagang di Pasar Segar Paal Dua Manado yang terlihat rapi dan bersih dapat meningkatkan kepuasan konsumen saat berbelanja.				

2. Variabel X2 (Kenyamanan)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A	Kenyamanan Saat Berbelanja					
1	Saya merasa nyaman saat berbelanja di Pasar Segar Paal Dua Manado.					
2	Saya merasa aman dan nyaman saat berada di Pasar Segar Paal Dua Manado.					
B	Keadaan dan Suasana Memuaskan (tidak gerah dan jauh dari kata bau)					
3	Saya merasa nyaman dengan keadaan dan suasana di Pasar Segar Paal Dua Manado karena tidak merasa gerah.					
4	Saya merasa nyaman dengan keadaan dan suasana di Pasar Segar Paal Dua Manado karena jauh dari bau yang tidak sedap.					
C	Penataan Kios Dagang yang Baik					
5	Saya merasa nyaman dengan kios para pedagang di Pasar Segar Paal Dua Manado karena tertata dengan rapi dan baik.					
6	Saya merasa nyaman karena kios di Pasar Segar Paal Dua Manado di bagi berdasarkan jenis dagangan yang dijual.					
D	Penerangan dan penghawaan bangunan					
7	Saya merasa nyaman dengan suhu di Pasar Segar Paal Dua Manado.					
8	Saya merasa penerangan di Pasar Segar Paal Dua Manado sudah cukup baik dan membuat nyaman.					
E	Keramahan pedagang					
9	Saya merasa nyaman dengan keramahan yang diberikan pedagang di Pasar Segar Paal Dua Manado.					

10	Saya merasa keramahan para pedagang di Pasar Segar Paal Dua Manado dapat meningkatkan kenyamanan pembeli.					
----	---	--	--	--	--	--

3. Variabel Y (KepuasanKonsumen)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A	Minat berkunjung kembali					
1	Saya lebih suka berbelanja di Pasar Segar Paal Dua Manado di bandingkan dengan pasar lainnya.					
2	Saya berniat untuk berbelanja kembali di Pasar Segar Paal Dua Manado.					
3	Saya merasa senang jika berkunjung kembali ke Pasar Segar Paal Dua Manado.					
B	Kesesuaian harapan konsumen					
4	Saya merasa Pasar Segar Paal Dua Manado sudah sesuai dengan harapan saya.					
5	Saya merasa puas dengan fasilitas (toilet dan tempat parkir) yang disediakan oleh Pasar Segar Paal Dua Manado luas, bersih dan dalam keadaan baik.					
6	Saya merasa puas dengan keamanan, kenyamanan dan kebersihan di Pasar Segar Paal Dua Manado.					
C	Merekomendasikan melalui <i>word of mouth</i>					
7	Saya akan merekomendasikan Pasar Segar Paal Dua Manado kepada teman saya.					
8	Saya akan merekomendasikan Pasar Segar Paal Dua Manado kepada keluarga saya.					
9	Saya tidak ragu untuk merekomendasikan Pasar Segar Paal Dua Manado kepada orang lain.					
D	Keluhan dan saran konsumen					
10	Pihak pengelola Pasar Segar Paal Dua Manado selalu memperhatikan keluhan dan saran konsumen.					
11	Keluhan dan saran konsumen selalu direspon dengan baik oleh pihak pengelola dan pedagang Pasar Segar Paal Dua Manado.					
12	Pihak pengelola Pasar Segar Paal Dua Manado menyediakan kotak saran untuk konsumen.					

“SELAMAT BERAKTIVITAS DAN TERIMA KASIH ATAS WAKTUNYA”

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Res	Kebersihan (X1)												X1	Kenyamanan (X2)										X2	Kepuasan Konsumen (Y)												Y		
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12			
1	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	43	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	39	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	46	
2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	43	4	4	5	3	4	4	3	4	3	3	37	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	53	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	51	
4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	57	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	44	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	53	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	52	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	42	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	50	
6	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	51	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	49	
7	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	55	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	52	
8	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	54	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	51	
9	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	4	4	52	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	43	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	53
10	4	4	5	5	3	4	5	4	5	4	5	4	52	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42	4	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	4	49		
11	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	48	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	40	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	45		
12	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	53	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	42	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	54
13	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	50	
14	4	5	5	3	3	4	4	4	3	3	3	4	45	3	3	4	3	4	4	5	4	3	3	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49	
15	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	53	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	51	
16	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	51	4	3	4	3	4	3	3	4	5	3	36	4	5	5	5	3	4	3	3	4	4	5	3	48		
17	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	53	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	46	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	55	
18	4	3	4	5	5	5	4	3	4	3	3	5	48	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	40	4	4	3	4	4	5	5	5	5	3	5	4	51		
19	5	3	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	50	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42	3	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	53	
20	3	4	3	4	3	5	4	4	5	3	5	4	47	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	34	4	3	4	3	5	4	3	5	4	5	3	4	47		
21	5	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	4	50	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	
22	4	5	5	4	3	4	5	3	4	4	5	3	49	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	37	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	45	
23	5	3	4	4	5	4	5	4	5	5	3	5	52	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43	5	4	4	5	4	3	4	3	3	4	5	4	48		
24	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	55	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	45	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	57		
25	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	49	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36	3	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	5	46		
26	4	4	3	5	3	5	5	5	3	5	4	5	51	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	51		
27	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	53	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	43	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	53	
28	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	56	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	47	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	55	
29	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	47	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	46	
30	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	43	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	44	
31	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	53	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	45	5	5	4	3	5	4	4	3	4	4	5	3	49		
32	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	52	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43	4	3	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	45	
33	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	48	3	4	5	5	5	3	4	4	4	4	41	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	44	
34	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	50	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	45	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	53	
35	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	39	4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	4	50		
36	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	50	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	40	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	52	

77	4	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	49	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	50
78	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	5	44	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38	5	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	48
79	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	46	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38	3	4	5	4	3	5	3	4	5	3	5	4	48
80	5	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	4	52	4	3	3	4	3	4	4	4	3	5	37	5	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	4	50
81	4	5	5	3	4	5	5	3	4	4	3	5	50	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	35	4	5	5	5	3	4	3	3	4	4	5	3	48
82	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	53	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	41	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	50
83	5	3	4	5	5	4	4	3	4	3	3	5	48	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	39	4	3	3	5	4	5	3	4	4	4	4	5	48
84	5	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	48	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38	4	4	3	4	3	5	3	4	5	3	3	4	45
85	3	4	3	4	3	5	3	4	5	3	4	4	45	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	34	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	44
86	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	49	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	4	3	48
87	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	53	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	55
88	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	50	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37	4	4	3	4	5	4	5	5	5	3	5	4	51
89	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	55	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	39	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
90	5	5	3	4	5	5	5	3	4	4	4	4	51	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38	4	3	5	3	5	5	3	5	4	5	4	4	50
91	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	51	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	52
92	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	48	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	35	4	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	46
93	4	5	3	3	4	4	3	5	4	5	4	5	49	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	41	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	4	48
94	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	5	5	50	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	44	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	56
95	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	52	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	39	4	3	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	49
96	4	3	4	4	5	3	4	3	4	3	3	5	45	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	38	3	3	3	5	4	4	3	4	4	3	4	4	44
97	4	3	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	49	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	44	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	5	3	46
98	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	43	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	37	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	43
99	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	47	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	50
100	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	44	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35	3	4	5	4	3	5	3	4	5	3	4	4	47

Lampiran 5 Data Kuesioner Salah Satu Responden

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH KEBERSIHAN DAN KENYAMANAN DI PASAR SEGAR
PAAL DUA MANADO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Dalam rangka penulisan Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, maka dengan ini saya memohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi angket berikut ini. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden
Beri tanda centang (✓) pada kolom yang telah disediakan di bawah ini

1. Nama : *Sugita Syiko*

2. Alamat : *Papil II*

3. Usia

18-29 tahun 30-54 tahun

>50 tahun

4. Jenis Kelamin

Laki-Laki Perempuan

5. Jenis Pekerjaan

Pelajar/Mahasiswa PNS

Pegawai Swasta Lainnya:.....

6. Tingkat Pendapatan

<Rp.500.000- Rp.1.000.000 Rp.2.000.000- Rp.4.000.000

Rp.1.000.000- Rp.2.000.000 >Rp.4.000.000

Petunjuk Pengisian

Jawablah pertanyaan sesuai dengan pemahaman Bapak/Ibu/Saudara/I.

Beri tanda centang (✓) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban anda.

Adapun kriteria jawaban :

Jawaban	Keterangan	Total Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

1. Variabel X1 (Kebersihan)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A Pengelolaan Sampah Yang Baik						
1	Saya merasa sampah di Pasar Segar Paal Dua Manado sudah dikelola dengan baik.		✓			
2	Pihak pengelola Pasar Segar Paal Dua Manado sudah menyediakan tempat sampah.			✓		
3	Saya merasa tidak ada penimbunan sampah di Pasar Segar Paal Dua Manado karena sampah sudah dikelola dengan baik.			✓		
4	Saya merasa pengelolaan sampah yang baik di Pasar Segar Paal Dua Manado sangatlah penting.	✓				
B Lingkungan Pasar Yang Terlihat Bersih Dan Bebas Dari Sampah						
5	Saya merasa lingkungan di Pasar Segar Paal Dua Manado bebas dari sampah.		✓			
6	Saya merasa lingkungan di bagian luar Pasar Segar Paal Dua Manado terlihat bersih.			✓		
7	Saya merasa lingkungan di bagian dalam dan luar Pasar Segar Paal Dua Manado terlihat bersih dan bebas dari sampah.			✓		
8	Pihak pengelola Pasar Segar Paal Dua Manado selalu memperhatikan kebersihan lingkungan pasar.		✓			
C Lapak Pedagang Yang Terlihat Rapi Dan Bersih						
9	Saya merasa lapak dagangan di Pasar Segar Paal Dua Manado terlihat rapi dan bersih.		✓			

10	Lapak dagangan di Pasar Segar Paal Dua Manado selalu tampak bersih dan rapi.			✓		
11	Saya merasa senang jika lapak pedagang di Pasar Segar tampak rapi dan bersih		✓			
12	Lapak pedagang di Pasar Segar Paal Dua Manado yang terlihat rapi dan bersih dapat meningkatkan kepuasan konsumen saat berbelanja.		✓			

2. Variabel X2 (Kenyamanan)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A Kenyamanan Saat Berbelanja						
1	Saya merasa nyaman saat berbelanja di Pasar Segar Paal Dua Manado.		✓			
2	Saya merasa aman dan nyaman saat berada di Pasar Segar Paal Dua Manado.	✓				
B Keadaan dan Suasana Memuaskan (tidak gerah dan jauh dari kata bau)						
3	Saya merasa nyaman dengan keadaan dan suasana di Pasar Segar Paal Dua Manado karena tidak merasa gerah.		✓			
4	Saya merasa nyaman dengan keadaan dan suasana di Pasar Segar Paal Dua Manado karena jauh dari bau yang tidak sedap.		✓			
C Penataan Kios Dagang yang Baik						
5	Saya merasa nyaman dengan kios para pedagang di Pasar Segar Paal Dua Manado karena tertata dengan rapi dan baik.		✓			
6	Saya merasa nyaman karena kios di Pasar Segar Paal Dua Manado di bagi berdasarkan jenis dagangan yang dijual.		✓			
D Penerangan dan penghawaan bangunan						
7	Saya merasa nyaman dengan suhu di Pasar Segar Paal Dua Manado.			✓		
8	Saya merasa penerangan di Pasar Segar Paal Dua Manado sudah cukup baik dan membuat nyaman.			✓		
E Keramahan pedagang						
9	Saya merasa nyaman dengan keramahan yang diberikan pedagang di Pasar Segar Paal Dua Manado.		✓			
10	Saya merasa keramahan para pedagang di Pasar Segar Paal Dua Manado dapat meningkatkan kenyamanan pembeli.		✓			

3. Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A Minat berkunjung kembali						
1	Saya lebih suka berbelanja di Pasar Segar Paal Dua Manado di bandingkan dengan pasar lainnya.			✓		
2	Saya berniat untuk berbelanja kembali di Pasar Segar Paal Dua Manado.			✓		
3	Saya merasa senang jika berkunjung kembali ke Pasar Segar Paal Dua Manado.			✓		
B Kesesuaian harapan konsumen						
4	Saya merasa Pasar Segar Paal Dua Manado sudah sesuai dengan harapan saya.		✓			
5	Saya merasa puas dengan fasilitas (toilet dan tempat parkir) yang disediakan oleh Pasar Segar Paal Dua Manado luas, bersih dan dalam keadaan baik.			✓		
6	Saya merasa puas dengan keamanan, kenyamanan dan kebersihan di Pasar Segar Paal Dua Manado.		✓			
C Merekomendasikan melalui <i>word of mouth</i>						
7	Saya akan merekomendasikan Pasar Segar Paal Dua Manado kepada teman saya.		✓			
8	Saya akan merekomendasikan Pasar Segar Paal Dua Manado kepada keluarga saya.		✓			
9	Saya tidak ragu untuk merekomendasikan Pasar Segar Paal Dua Manado kepada orang lain.		✓			
D Keluhan dan saran konsumen						
10	Pihak pengelola Pasar Segar Paal Dua Manado selalu memperhatikan keluhan dan saran konsumen.		✓			
11	Keluhan dan saran konsumen selalu direspon dengan baik oleh pihak pengelola dan pedagang Pasar Segar Paal Dua Manado.	✓				
12	Pihak pengelola Pasar Segar Paal Dua Manado menyediakan kotak saran untuk konsumen.			✓		

“SELAMAT BERAKTIVITAS DAN TERIMA KASIH ATAS WAKTUNYA”

X1.8	Pearson Correlation	-.087	.165	.053	.064	.105	.099	.126	1	.166	.140	.276**	.266**	.446**
	Sig. (2-tailed)	.391	.100	.602	.525	.297	.325	.213		.099	.166	.006	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.169	.087	.078	.106	.114	.184	.226*	.166	1	.034	.366**	.006	.454**
	Sig. (2-tailed)	.093	.389	.439	.292	.257	.067	.024	.099		.733	.000	.952	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.155	.147	.051	.049	.327**	.057	.242*	.140	.034	1	.132	.221*	.485**
	Sig. (2-tailed)	.123	.143	.615	.626	.001	.575	.015	.166	.733		.190	.027	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	.056	.214*	.129	.109	-.070	.230*	.258**	.276**	.366*	.132	1	.080	.514**
	Sig. (2-tailed)	.582	.033	.200	.280	.486	.021	.010	.006	.000	.190		.430	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.12	Pearson Correlation	.121	-.103	.136	.218*	.246*	.102	.119	.266**	.006	.221*	.080	1	.438**
	Sig. (2-tailed)	.232	.310	.176	.029	.014	.313	.240	.008	.952	.027	.430		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.356**	.376*	.388*	.326**	.456**	.520**	.609**	.446**	.454*	.485**	.514**	.438**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Kenyamanan (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total_X2
X2.1 Pearson Correlation	1	.208 [*]	.190	.102	.221 [*]	.229 [*]	.186	.160	.240 [*]	.339 ^{**}	.560 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.038	.058	.311	.027	.022	.064	.112	.016	.001	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2 Pearson Correlation	.208 [*]	1	.051	.122	.074	.053	.206 [*]	.110	.203 [*]	.269 ^{**}	.457 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.038		.618	.226	.467	.604	.040	.274	.043	.007	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3 Pearson Correlation	.190	.051	1	-.030	.144	.084	-.030	.242 [*]	.171	.215 [*]	.395 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.058	.618		.766	.153	.409	.765	.015	.089	.032	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4 Pearson Correlation	.102	.122	-.030	1	.325 ^{**}	-.105	.235 [*]	.013	.269 ^{**}	.134	.411 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.311	.226	.766		.001	.296	.019	.897	.007	.184	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5 Pearson Correlation	.221 [*]	.074	.144	.325 ^{**}	1	.053	.230 [*]	.244 [*]	.320 ^{**}	.101	.533 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.027	.467	.153	.001		.604	.021	.014	.001	.317	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6 Pearson Correlation	.229 [*]	.053	.084	-.105	.053	1	.087	.207 [*]	.138	.297 ^{**}	.406 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.022	.604	.409	.296	.604		.387	.039	.171	.003	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7 Pearson Correlation	.186	.206 [*]	-.030	.235 [*]	.230 [*]	.087	1	.201 [*]	.247 [*]	.162	.485 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.064	.040	.765	.019	.021	.387		.045	.013	.108	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8 Pearson Correlation	.160	.110	.242 [*]	.013	.244 [*]	.207 [*]	.201 [*]	1	.404 ^{**}	.345 ^{**}	.563 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.112	.274	.015	.897	.014	.039	.045		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9 Pearson Correlation	.240 [*]	.203 [*]	.171	.269 ^{**}	.320 ^{**}	.138	.247 [*]	.404 ^{**}	1	.330 ^{**}	.649 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.016	.043	.089	.007	.001	.171	.013	.000		.001	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10 Pearson Correlation	.339 ^{**}	.269 ^{**}	.215 [*]	.134	.101	.297 ^{**}	.162	.345 ^{**}	.330 ^{**}	1	.638 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.001	.007	.032	.184	.317	.003	.108	.000	.001		.000

Y.6	Pearson Correlation	.031	.070	-.005	.023	.091	1	.004	.125	.191	-.006	.124	.141	.312**
	Sig. (2-tailed)	.761	.492	.961	.820	.367		.970	.217	.057	.954	.218	.162	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.146	.265*	.113	.028	.112	.004	1	.300**	.180	.293**	.315**	.254*	.565**
	Sig. (2-tailed)	.147	.008	.264	.782	.269	.970		.002	.073	.003	.001	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	-.011	-	.118	.065	.178	.125	.300**	1	.333**	.233*	.174	.369**	.530**
	Sig. (2-tailed)	.916	.035	.241	.519	.076	.217	.002		.001	.020	.084	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9	Pearson Correlation	-.038	.108	.135	.128	.059	.191	.180	.333**	1	.047	.203*	.183	.444**
	Sig. (2-tailed)	.709	.285	.181	.204	.557	.057	.073	.001		.641	.043	.068	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10	Pearson Correlation	.142	.130	.195	.106	.410*	-.006	.293**	.233*	.047	1	.186	.311**	.581**
	Sig. (2-tailed)	.159	.198	.052	.293	.000	.954	.003	.020	.641		.064	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.11	Pearson Correlation	.098	.206*	.184	.120	.284*	.124	.315**	.174	.203*	.186	1	.078	.558**
	Sig. (2-tailed)	.330	.040	.067	.236	.004	.218	.001	.084	.043	.064		.442	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.12	Pearson Correlation	.006	-	.112	.212*	.211*	.141	.254*	.369**	.183	.311**	.078	1	.528**
	Sig. (2-tailed)	.952	.027	.266	.034	.035	.162	.011	.000	.068	.002	.442		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.296**	.361*	.411**	.334**	.467*	.312**	.565**	.530**	.444**	.581**	.558**	.528**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.001	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas

Kebersihan (X1)

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.633	12

Kenyamanan (X2)

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.682	10

Kepuasan Konsumen (Y)

Case Processing Summary

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

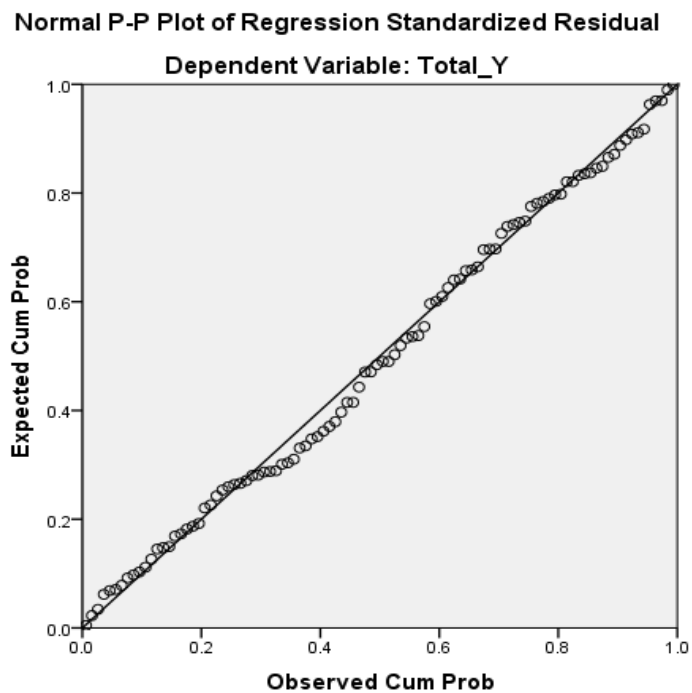
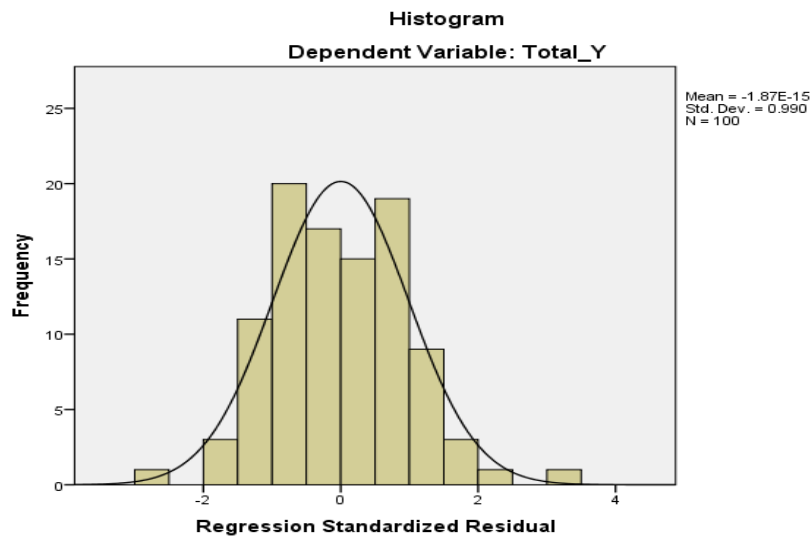
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.644	12

Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	1	(Constant)	11.987			4.089		2.932
	Kebersihan (X1)	.475	.088	.474	5.390	.000	.706	1.417
	Kenyamanan (X2)	.353	.103	.301	3.418	.001	.706	1.417

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Uji heteroskedastisitas

Correlations

			Kebersihan	Kenyamanan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kebersihan	Correlation Coefficient	1.000	.540**	-.012
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.908
		N	100	100	100
	Kenyamanan	Correlation Coefficient	.540**	1.000	.035
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.730
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.012	.035	1.000
		Sig. (2-tailed)	.908	.730	.
		N	100	100	100

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

Lampiran 9 Hasil Analisis Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total_X2, Total_X1 ^b		Enter

a. Dependent Variable: Total_Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	.470	.459	2.639

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	599.177	2	299.588	43.015	.000 ^b
	Residual	675.573	97	6.965		
	Total	1274.750	99			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.987	4.089		2.932	.004
	Total_X1	.475	.088	.474	5.390	.000
	Total_X2	.353	.103	.301	3.418	.001

a. Dependent Variable: Total_Y

Lampiran 10 Hasil uji t, Uji F & R²

Uji t parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.987	4.089		2.932	.004
	Kebersihan (X1)	.475	.088	.474	5.390	.000
	Kenyamanan (X2)	.353	.103	.301	3.418	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	599.177	2	299.588	43.015	.000 ^b
	Residual	675.573	97	6.965		
	Total	1274.750	99			

Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	.470	.459	2.639

Lampiran 11 Dokumentasi Pengambilan data Responden





Pengambilan gambar dilakukan pada tanggal 16 Juni 2020,

