

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

#### 1. Profil Pondok Pesantren Roudlotul Muftadi'in Balekambang Jepara

Pondok pesantren Roudlotul Muftadi'in Balekambang Jepara berdiri pada tahun 1884. Pesantren yang dikenal dengan nama Pesantren Balekambang ini merupakan pesantren tertua di wilayah Jepara. Sejarah berdirinya pondok pesantren Roudlotul Muftadi'in Balekambang tidak terlepas oleh seorang ulama besar yang bernama KH. Hasbullah. Nama pondok pesantren Roudlotul Muftadi'in merupakan pemberian dari KH. Hasbullah sendiri. Tongkat estafet kepemimpinan berubah manakala KH. Hasbullah wafat kemudian digantikan oleh putera beliau yakni KH. Abdullah Hadziq sampai tahun 1985.

Selepas wafatnya KH. Abdullah Hadziq, pucuk pimpinan selanjutnya diasuh oleh KH. Ma'mun Abdullah ZA. sampai sekarang. Pada generasi ketiga ini sistem pendidikan di pesantren mengalami perubahan dan perkembangan, dari sistem wetonan, sorogan dan bandongan pada zaman KH. Abdullah Hadziq di kolaborasikan dengan sistem klasikal hingga sampai sekarang ini.

Di bawah asuhan KH. Ma'mun Abdullah ZA, Pesantren Balekambang mengalami perkembangan pesat dengan mulai mengadopsi sistem pendidikan modern. Pesantren Balekambang mulai mengembangkan pendidikan formal dengan membuka Sekolah Menengah Kejuruan (SMK berasrama) pada tahun 2003, yaitu Jurusan Elektronika, dan pada tahun 2004 Pondok Pesantren Roudlotul Muftadi'in Balekambang menambahkan program keahlian di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK berasrama) dengan program keahlian elektronika (audio video), tata busana, mekanik otomotif, ICT. Kemudian pada tahun 2005, disusul dengan didirikannya Madrasah Ibtida'iyah. Mulai tahun 2007 SMK Balekambang diperbesar dengan membuka dua jurusan lagi, yaitu

Mekanik dan Tata Busana. Selain itu pada tahun itu juga Pesantren Balekambang juga membuka Madrasah Tsanawiyah Pesantren Baru (MTs PB) yang dilengkapi dengan fasilitas boarding dan pendidikan ketrampilan. Pada tahun 2010 Pesantren Balekambang membuka SMK jurusan Teknik komputer dan jaringan serta membuka Madrasah Aliyah. Dan pada tahun 2013, SMK membuka jurusan Animasi dan Tata Busana.<sup>1</sup>

Yang menjadi ciri khas Pondok Pesantren Roudlotul Muftadiin Balekambang adalah semua Peserta Didik/Santri wajib berasrama di Pondok Pesantren (Mondok)

## 2. Kondisi Umum Pondok Pesantren Roudlotul Muftadi'in Balekambang

Secara geografis, pondok pesantren Roudlotul Muftadi'in menempati lokasi di Dukuh Balekambang Desa Gemiring Lor RT 02 RW 07 Kecamatan Nalumsari Kabupaten Jepara Provinsi Jawa Tengah kode pos 59466. Desa ini berada di pinggir perbatasan Kecamatan Nalumsari dan Kecamatan Mayong. Dengan batas wilayah sebelah barat Desa Buaran, sebelah utara Desa Muryolobo, sebelah timur Desa Nalumsari dan sebelah selatan Desa Gemiring Kidul. Desa Gemiring Lor juga merupakan daerah pertanian dan perkebunan.

Dengan kondisi geografis seperti ini, maka sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai petani. Hanya sebagian saja yang bekerja sebagai pedagang dan pegawai.

## 3. Visi dan Misi Pondok Pesantren Roudlotul Muftadi'in Balekambang

### a. Visi

"Menanamkan Aqidah Ahlussunnah Wal Jamaah demi terwujudnya santri/peserta didik yang unggul dalam intelektualitasnya dan berakhlaqul karimah"

---

<sup>1</sup> Dokumentasi buku profil pondok pesantren Roudlotul Muftadi'in Balekambang Gemiring Lor Nalumsari Jepara

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan Pendidikan yang berorientasi pada nilai-nilai Ahlussunnah Wal Jamaah.
- 2) Meningkatkan kualitas pendidikan sesuai dengan tuntutan zaman.
- 3) Melaksanakan kajian dan penelitian ilmu-ilmu agama (tafaqquh fiddin), ilmu pengetahuan lain dan teknologi.

4. Fasilitas di Pondok Pesantren Roudlotul Mubtadi'in Balekambang Jepara

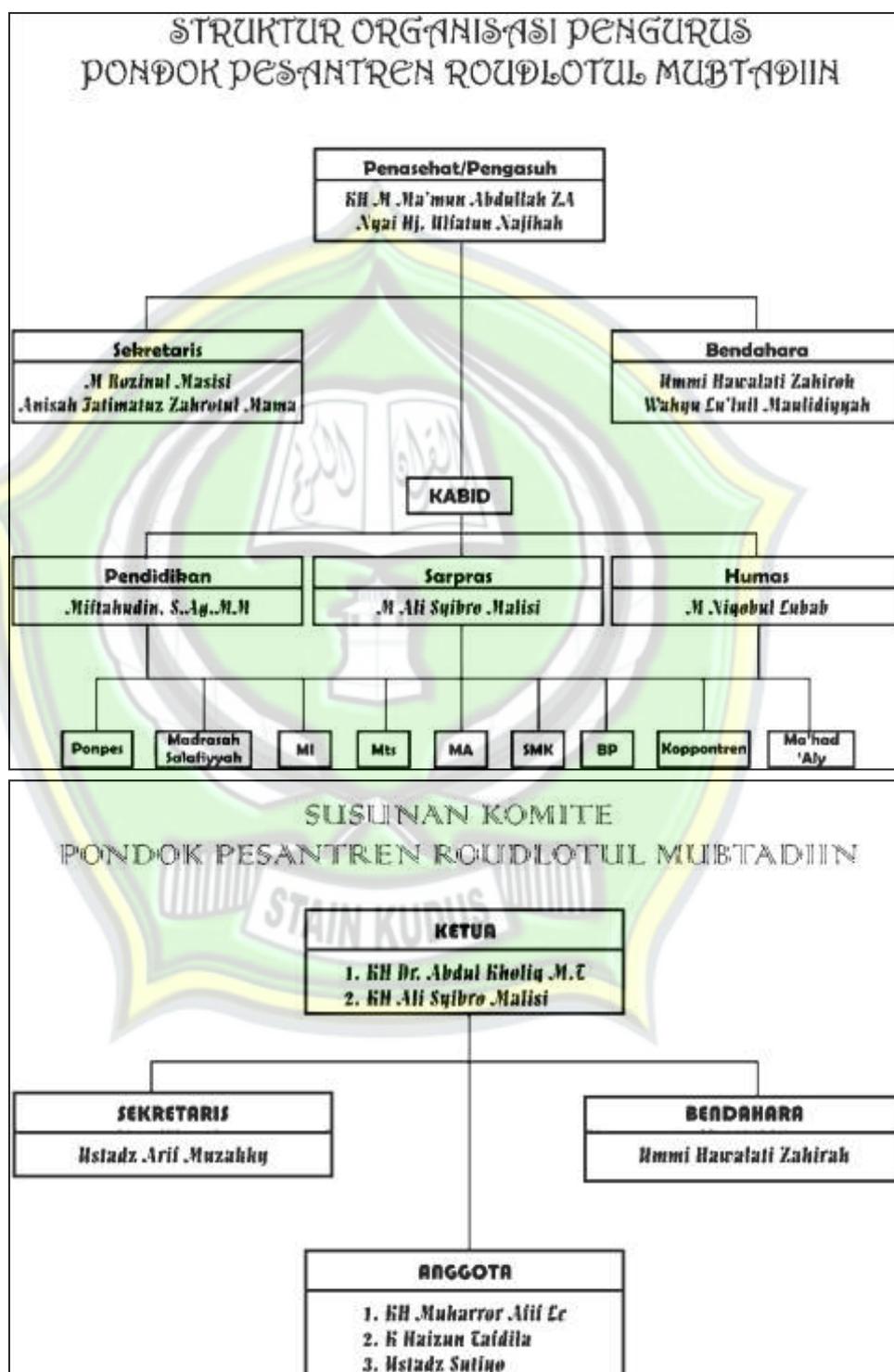
Untuk mendukung proses pembelajaran yang efektif, efisien dan produktif, Pesantren Balekambang menyediakan fasilitas diantaranya:

- a. Gedung yang memadai
- b. Tenaga *educator* yang profesional dan sesuai dengan keahliannya yang berasal dari pondok pesantren dan perguruan tinggi baik dari dalam negeri dan luar negeri
- c. Perpustakaan
- d. Laboratorium komputer, bahasa, dan elektronika
- e. Ruang keterampilan menjahit dan tata boga
- f. Pemrosesan air mineral
- g. Koperasi Pesantren
- h. Tempat Praktek Usaha Santri (TPUS)
- i. Balai Pengobatan dilengkapi 6 dokter, 1 bidan dan 3 perawat
- j. Dan fasilitas pendukung lainnya

5. Struktur Organisasi

Adapun struktur kepengurusan dan susunan komite Pondok Pesantren Roudlotul Mubtadi'in Balekambang Jepara adalah sebagai berikut :

Gambar 1  
Struktur Kepengurusan dan Komite Pondok Pesantren Roudlotul Muftadi'in  
Balekambang Jepara



Sumber: Sekretariat PonPes Roudhotul Muftadiin Balekambang Jepara

## 6. Model Pendidikan Pondok Pesantren Roudlotul Muftadi'in Balekambang Jepara

Keberadaan Pondok Pesantren Roudlotul Muftadi'in cukup mendapat perhatian dari masyarakat baik masyarakat sekitar Jepara maupun masyarakat di luar Jepara. Setiap tahunnya perkembangan jumlah santri selalu meningkat, pada saat ini pondok pesantren ini telah mempunyai santri berjumlah lebih kurang 2000 santri yang diasuh oleh 52 asatidz/asatidzah. Sebagai lembaga pendidikan agama, misi utama Pondok Pesantren Roudlotul Muftadi'in ini sudah tentu adalah sebagai lembaga *tafaqquh fiddin* yaitu mencetak ahli agama dalam hal penguatan teoritis dan pengamalannya.

Seiring dengan perkembangan pesantren yang cukup pesat, pondok pesantren Roudlotul Muftadi'in mengalami beberapa perkembangan baik dari segi kualitas maupun dari kuantitas sumber daya. Maka untuk memenuhi kebutuhan para santri dan pengembangan sumber daya manusia dalam beraktualisasi diri dalam perekonomian, pondok pesantren Roudlotul Muftadi'in mengambil kebijakan strategis yakni dengan mendirikan koperasi pondok pesantren pada tahun 1985.

## 7. Prosedur Perakitan Netbook

### a. Persiapan

Persiapan yang baik akan memudahkan dalam perakitan netbook/laptop serta menghindari permasalahan yang mungkin timbul. Hal yang terkait dalam persiapan meliputi:

#### 1) Persiapan Komponen dan Perlengkapan

Komponen netbook/laptop beserta perlengkapan untuk perakitan dipersiapkan terlebih dahulu untuk memudahkan perakitan.

Perlengkapan yang disiapkan terdiri dari:

a) Komponen netbook/laptop

b) Kelengkapan komponen seperti kabel, sekrup, jumper, baut dan sebagainya

- c) Buku manual dan referensi dari komponen
- d) Alat bantu berupa obeng ( - dan + ), pinset
- e) *Software* sistem operasi, *device driver* dan program aplikasi.

CD *Software* diperlukan untuk *install* Sistem Operasi, *device driver* dari piranti, dan program aplikasi pada netbook/laptop yang selesai dirakit.

## 2) Pengamanan (Keselamatan Kerja)

Tindakan pengamanan diperlukan untuk menghindari masalah seperti kerusakan komponen yang disebabkan oleh muatan listrik statis, jatuh, panas berlebihan atau tumpahan cairan. Untuk mencegah kerusakan komponen karena listrik statis, dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain adalah :

- a) Menggunakan gelang anti statis.
- b) Tidak menyentuh langsung komponen elektronik, *konektor* atau jalur rangkaian tetapi memegang pada badan logam atau plastik yang terdapat pada komponen.

## b. Perakitan

Langkah-langkah dalam perakitan netbook antara lain adalah :

- 1) Memasang LCD
- 2) Memasang *socket* kabel data dari LCD
- 3) Memasang modul port USB + *Switch Power*
- 4) Memasang *socket* kabel dari USB ke *Mainboard*
- 5) Merapikan kabel untuk USB dan kabel untuk Wi-Fi
- 6) Memasang kabel dari *panel keyboard* ke *mainboard*
- 7) Menutup dan mengancingkan (menggabungkan) *casing panel keyboard* dengan *casing* tempat *mainboard*
- 8) Memasang Modul Memori (RAM)
- 9) Memasang *Harddisk*
- 10) Memasang *Card Wi-fi*
- 11) Memasang penutup *casing* bagian belakang
- 12) Dan terakhir memasang baterai

## c. Pengetesan

Netbook/laptop yang baru selesai dirakit dapat diuji dengan menjalankan program *setup BIOS*. Cara melakukan pengujian dengan program BIOS sebagai berikut:

- 1) Sambungkan charger baterai ke netbook.
- 2) Hidupkan netbook dengan menekan tombol power. Perhatikan tampilan layar monitor (LCD) dan suara dari *speaker*.
- 3) Program POST dari BIOS secara otomatis akan mendeteksi hardware yang terpasang di netbook/laptop. Bila terdapat kesalahan maka tampilan monitor kosong dan *speaker* mengeluarkan bunyi beep secara teratur sebagai kode indikasi kesalahan. Periksa referensi kode BIOS untuk mengetahui indikasi kesalahan yang dimaksud oleh kode beep.
- 4) Jika tidak terjadi kesalahan maka monitor (layar LCD) akan menampilkan proses eksekusi dari program POST. Tekan tombol interupsi BIOS sesuai petunjuk di layar untuk masuk ke program *setup BIOS*.
- 5) Periksa semua hasil deteksi *hardware* oleh program *setup BIOS*. Beberapa *setting* mungkin harus dirubah nilainya terutama kapasitas *hardisk* dan *boot sequence*.
- 6) Simpan perubahan *setting* dan keluar dari *setup BIOS*.

Setelah keluar dari *setup BIOS*, netbook/laptop akan meload Sistem Operasi dengan urutan pencarian sesuai *setting boot sequence* pada BIOS. Masukkan CD *Bootable* yang berisi sistem operasi pada drive pencarian.

## d. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam perakitan netbook

Merakit sebuah laptop dengan merakit sebuah netbook tidaklah berbeda jauh tetapi jika dibandingkan dengan merakit komputer sangat berbeda. Dalam merakit suatu komputer atau netbook ataupun juga laptop yang harus diperhatikan adalah:

- Jangan membongkar atau memasang komponen ketika tangan dalam keadaan basah.
- Pastikan komputer/laptop/netbook dalam keadaan mati dan tidak tersambung dengan sumber arus listrik.
- Jangan sampai tergesa-gesa ketika ingin melepas ataupun memasang dari beberapa komponen dari komputer/netbook/laptop itu sendiri.
- Jangan cerobah dalam menaruh komponen-komponen yang sudah terlepas, taruhlah di tempat yang aman dan setidaknya ketika kita ingin melepas komponen dari komputer/laptop/netbook harus diperhatikan benar-benar karena bisa saja ada sebuah skrup kecil yang tertutup dengan selotip yang tidak dapat dilihat secara fisik tidak terlihat.

#### 8. Rekapitulasi Hasil Penjualan Produk Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadi'in Balekambang Jepara

Tabel 4.1

##### Rekapitulasi Hasil Penjualan (sementara)

No.	Kabupaten/Kota	Keterangan	Jumlah
1.	Kab. Pati	Umum	220
2.	Kab. Kudus	Umum	140
3.	Kab. Jepara	Umum	530
4.	Kab. Semarang	Umum	64
5.	Jawa Tengah	Lembaga Pendidikan	1056
6.	Kab. Pati	SMK An Najah	16
7.	Kab. Pati	SMK Al-Falah Winong Pati	16
8.	Kab. Pati	SMK Nasional Pati	16
9.	Kab. Pati	SMK Muhammadiyah 01 Pati	16
10.	Kab. Pati	SMK Assalamah Pati	16
11.	Kab. Pati	SMK Bahtera Pati	16
12.	Kab. Pati	SMK Nahdlatul Ulama'	16
13.	Kab. Pati	SMK Farming Pati	16
14.	Kab. Pati	SMK Gajah Mada 01 Margoyoso	16

15.	Kab. Pati	SMK Muhammadiyah 02 Tayu	16
16.	Kab. Pati	SMK Manba'ul Ulum	16
17.	Kab. Pati	SMK Manahijul Huda	16
18.	Kab. Pati	SMKN 01 Pati	16
19.	Kab. Pati	SMKN 02 Pati	16
20.	Kab. Pati	SMKN 1 Cluwak	16
21.	Kab. Kudus	SMK PGRI 01 Mejobo Kudus	16
22.	Kab. Jepara	SMK Negeri 1 Kedung	16
23.	Kab. Jepara	SMK Walisongo Pecangaan	16
24.	Kab. Jepara	SMK Roudlotul Mubtadi'in	16
25.	Kab. Jepara	SMK Bhakti Praja Jepara	16
26.	Kab. Jepara	SMK Negeri 03 Jepara	16
27.	Kab. Jepara	SMK Az Zahra	16
28.	Kab. Jepara	SMK 17 Agustus Bangsri	16
29.	Kab. Jepara	SMK Muhammadiyah 01 Keling	16
30.	Kab. Jepara	SMK Al Husain Keling	16
31.	Kab. Jepara	SMK Negeri 01 Karimunjawa	16
32.	Kab. Jepara	SMK 01 Kalinyamatan	16
33.	Kab. Jepara	SMK Negeri 01 Pakis Aji	16
34.	Kab. Jepara	SMK Islam Amsilati	16
35.	Kab. Demak	SMK Pati Unus Karangawen	16
36.	Kab. Demak	SMK Negeri 01 Sayung	16
37.	Kab. Demak	SMK Negeri 02 Demak	16
38.	Kab. Demak	SMK Perikanan Nusantara Demak	16
39.	Kab. Demak	SMK Alfattaah Boarding School	16
40.	Kab. Demak	SMK Bhakti Nusantara Mranggen	16
41.	Kab. Demak	SMK Garuda Nusantara	16
42.	Kab. Demak	SMK Islam Al-Amin Boarding School	16
43.	Kab. Demak	SMK Miftahul Ulum Boarding School	16
44.	Kab. Demak	SMK Negeri 01 Karanganyar	16
45.	Kab. Demak	SMK Pontren Darussalam Demak	16
46.	Kab. Semarang	SMK Muhammadiyah Susukan	16

47.	Kab. Semarang	SMK Muhammadiyah Suruh	16
48.	Kab. Semarang	SMK NU Suruh	16
49.	Kab. Semarang	SMK Islam Sudirman 02 Ambarawa	16
50.	Kab. Semarang	SMK Masehi Pasak Ambarawa	16
51.	Kab. Semarang	SMK Negeri 01 Bawen	16
52.	Kab. Semarang	SMK Negeri 01 Pringapus	16
53.	Kab. Semarang	SMK NU Ungaran	16
54.	Kab. Semarang	SMK NU Roudlotul Furqon	16
55.	Kab. Semarang	SMK Islam Sudirman Ungaran	16
56.	Kab. Semarang	SMK Negeri 01 Jambu	16
57.	Kab. Semarang	SMK Negeri 01 Erha Pabelan	16
58.	Kab. Semarang	SMK Negeri 01 Bancak	16
59.	Kab. Kendal	SMK Darul Amanah Sukorejo	16
60.	Kab. Kendal	SMK Miftuhul Huda	16
61.	Kab. Kendal	SMK Muhammadiyah 01 Waleri	16
62.	Kab. Kendal	SMK Muhammadiyah 03 Waleri	16
63.	Kab. Kendal	SMK Negeri 01 Kendal	16
64.	Kab. Kendal	SMK Negeri 03 Kendal	16
65.	Kab. Kendal	SMK Negeri 04 Kendal	16
66.	Kab. Kendal	SMK Negeri 05 Kendal	16
67.	Kab. Kendal	SMK Negeri 06 Kendal	16
68.	Kab. Kendal	SMK NU 01 Kendal	16
69.	Kab. Kendal	SMK NU 02 Rowosari	16
70.	Kab. Kendal	SMK NU 03 Kaliwungu	16
71.	Kab. Kendal	SMK YPPM Boja	16

Sumber: Sekretariat PonPes Roudhotul Mubtadiin Balekambang Jepara

## B. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pembeli dan atau pengguna Netbook A-Note PonPes Roudlotul Mubtadiin Balekambang sejumlah 69 responden. Dari 69 kuesioner yang dikirim kepada responden diperoleh gambaran profil responden sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Profil Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Gender		
- Laki-laki	41	59,42029%
- Perempuan	28	40,57971%
Usia		
- < 25 tahun	22	31,88406%
- 25 s/d 35 tahun	9	13,04348%
- > 35 tahun	38	55,07246%
Pendidikan Terakhir		
- S2	4	5,79710%
- S1	34	49,27536%
- SMA/ sederajat	9	13,04348%
- SMP/ sederajat	22	31,88406%
Pekerjaan		
- PNS	4	5,79710%
- Pegawai Swasta	34	49,27536%
- Lain-lain	31	44,92754%
Lama Menjadi Konsumen		
- < 1 tahun	53	76,81159%
- > 1 tahun	16	23,18841%

Berdasarkan data responden pada saat pengisian kuesioner ini, sebagian besar responden yaitu 41 responden (59,42029%) adalah laki-laki, sedangkan lainnya perempuan sejumlah 28 orang (40,57971%). Usia responden sebagian besar berumur di atas 35 tahun (38 atau 55,07246%), usia di bawah 25 tahun (22 orang atau 31,88406%), usia antara 25 s/d 35 tahun (9 orang atau 13,04348%). Ini berarti bahwa pembeli dan atau pengguna Netbook A-Note PonPes Roudlotul Muhtadiin Balekambang rata-rata berusia 35 tahun ke atas.

Pendidikan terakhir responden sebagian besar S1 (34 orang atau 49,27536%), responden dengan pendidikan S2 ada 4 orang (5,79710%), responden dengan pendidikan SMA atau sederajat 9 orang (13,04348%), dan responden yang berpendidikan SMP atau sederajat 22 orang (31,88406%).

Lama menjadi konsumen, responden sebagian besar kurang dari 1 tahun sebanyak 53 orang (76,81159%), dan 16 orang (23,18841%) yang menjadi anggota selama lebih dari 1 tahun.

Dari data tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa sampel dalam penelitian ini rata-rata berada pada tingkat S1 yang berarti sampel dalam penelitian ini memiliki pengetahuan yang cukup tentang keputusan pembelian konsumen, dimana dapat mendukung pekerjaan mereka yang sebagian besar berprofesi sebagai pegawai swasta yang berjumlah 34 orang (49,27536%), PNS sebanyak 4 orang (5,79710%), dan lain-lain dalam konteks ini pelajar, pedagang, dan bisnisman 31 orang (44,92754%).

### C. Gambaran Umum Variabel

#### 1. Strategi Diskriminasi Harga

Diskriminasi harga dapat diartikan sebagai kemampuan pelaku usaha untuk menentukan harga pada barang dan jasa yang sama pada kualitas yang sama pada konsumen yang berbeda.<sup>2</sup>

Dalam implementasinya ada beberapa teknik diskriminasi harga, yakni: diskriminasi harga dalam bentuk rabat (potongan), *selective price cuts*, dan *tied and bundled pricing*.<sup>3</sup>

Adapun pada Pondok Pesantren Roudlotul Mubtadiin Balekambang Jepara, strategi diskriminasi harga memang sangat ditekankan. Hal ini terlihat dalam transaksi penjualan, dalam hal ini penentuan harga ditentukan oleh kesepakatan antara pihak Pondok Pesantren Roudlotul Mubtadiin Balekambang Jepara dengan konsumen, serta pihak Pondok Pesantren Roudlotul Mubtadiin Balekambang Jepara yang selalu memberikan informasi harga yang dibutuhkan oleh konsumen.

Dari kesemuanya tersebut peneliti rasa Pondok Pesantren Roudlotul Mubtadiin Balekambang Jepara memiliki hubungan yang cukup baik dalam dimensi strategi diskriminasi harga.

---

<sup>2</sup> Penjabaran UU No. 5 Tahun 1999 tentang *Diskriminasi Harga*

<sup>3</sup> *Ibit*

Dari kesemuanya tersebut peneliti rasa Koperasi Syari'ah Ikatan Haji Yayasan Arwaniyyah Kudus memiliki hubungan yang cukup baik dalam dimensi komunikasi.

## 2. Religiusitas Konsumen

Menurut Suhardiyanto (2001), religiusitas adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang larangan-Nya. Hubungan pribadi yang baik dengan pribadi yang ilahi ini menurut Suhardiyanto (2001) memungkinkan orang untuk melihat kebaikan Tuhan dalam sesama, suatu sikap yang setelah tumbuh dan berkembang dalam diri seseorang akan membuahkan cinta tidak hanya pada Tuhan saja tetapi juga pada sesama ciptaan Tuhan, baik itu manusia maupun alam ciptaan lain sehingga dalam hidup sehari-hari sebagai buahnya bagi manusia akan tumbuh atau muncul sikap saling menghargai, saling mencintai, dan muncul rasa sayang pada alam lingkungannya, sehingga "kesejahteraan bersama, lahir batin" dapat terwujud.<sup>4</sup>

Menurut Glock dan Stark (1994) seperti ditulis oleh Ancok (1994), konsep religiusitas melihat keberagaman seseorang bukan hanya dari satu atau dua dimensi, tetapi memperhatikan segala dimensi. Keberagaman dalam Islam bukan hanya diwujudkan dalam bentuk ibadah ritual saja, tetapi juga dalam aktivitas-aktivitas lainnya. Sebagai suatu sistem yang menyeluruh, Islam mendorong pemeluknya untuk beragama secara menyeluruh. Ada lima dimensi keberagaman seseorang yang dapat diukur untuk mengetahui apakah seseorang tersebut religius atau tidak, yaitu dimensi keyakinan, dimensi praktek agama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama, dimensi pengamalan atau konsekuensi.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Fauzan, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis (Studi pada RM. Padang di Kota Malang)*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.15, No. 1, Maret 2011, hlm. 56

<sup>5</sup> Fauzan, *Loc. Cit*

Adapun pada Pondok Pesantren Roudlotul Muftadiin Balekambang Jepara, religiusitas memang sangat ditekankan. Dalam hal ini terbukti adanya usaha bisnis yang dinaungi dalam kelembagaan pondok pesantren. Selain itu, religiusitas antara Pondok Pesantren Roudlotul Muftadiin Balekambang Jepara dengan konsumen terlihat dari transaksi yang dilakukan. Melalui nama besar Pondok Pesantren Roudlotul Muftadiin Balekambang Jepara sendiri religiusitas dari konsumen juga akan timbul dengan sendirinya.

Dari kesemuanya tersebut peneliti rasa Pondok Pesantren Roudlotul Muftadiin Balekambang Jepara memiliki hubungan yang cukup baik dalam dimensi religiusitas konsumen.

### 3. Keputusan Pembelian Konsumen

Dalam Ujang Sumarwan (2002), Schiffman dan Kanuk (1994) mendefinisikan suatu keputusan konsumen sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.<sup>6</sup> Sehingga seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan.

Schiffman dan Kanuk (1994) dalam Ujang Sumarwan (2002) menyebutkan tiga tipe pengambilan keputusan pembelian konsumen, meliputi : *Pertama*, pemecahan masalah yang diperluas (*extensive problem solving*). *Kedua*, pemecahan masalah terbatas (*limited problem solving*). *Ketiga*, pemecahan masalah rutin (*routinized response behaviour*).<sup>7</sup>

Adapun keputusan pembelian konsumen yang ada pada Pondok Pesantren Roudlotul Muftadiin Balekambang Jepara, dapat terlihat dari konsumen yang sering melakukan transaksi, dan konsumen yang tidak mau berpindah produk di luar Pondok Pesantren Roudlotul Muftadiin Balekambang Jepara. Tidak hanya itu, pemasaran yang ada di koperasi ini tidak hanya melalui media *on-line* maupun cetak, tetapi juga melalui *word of mounth* (mulut ke mulut), dan terbukti banyak konsumen yang

---

<sup>6</sup> Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen*, Nora, Kudus, 2013, hlm. 150

<sup>7</sup> *Perilaku Konsumen*, Ekawati Rahayu Ningsih, hlm. 158-160

melakukan transaksi pada Pondok Pesantren Roudlotul Mubtadiin Balekambang Jepara.

Dari kesemuanya tersebut peneliti rasa konsumen memiliki keputusan pembelian yang baik untuk menggunakan produk yang ada di Pondok Pesantren Roudlotul Mubtadiin Balekambang Jepara, khususnya produk netbook.

#### D. Deskripsi Angket

##### 1. Variabel Strategi Diskriminasi Harga ( $X_1$ )

Tabel 4.3

Hasil Jawaban Responden Variabel Strategi Diskriminasi Harga ( $X_1$ )

Item Pertanyaan	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
SDH 1	22	31,9	42	60,9	4	5,8	1	1,4	0	0
SDH 2	14	20,3	32	46,4	22	31,9	1	1,4	0	0
SDH 3	4	5,8	27	39,1	30	43,5	7	10,1	1	1,4

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan pada tabel diatas, data hasil angka untuk variabel Strategi Diskriminasi Harga ( $X_1$ ) akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pada item strategi diskriminasi harga pertama, 60,9% konsumen menyatakan setuju bahwa PonPes Roudlotul Mubtadiin memberikan rabat membayar harga yang lebih murah dibanding dengan pembeli lain yang membeli barang yang sama; 31,9% menyatakan sangat setuju, 5,8% menyatakan netral, dan 1,4% menyatakan tidak setuju.
- b. Pada item strategi diskriminasi harga kedua, 46,4% konsumen menyatakan setuju bahwa PonPes Roudlotul Mubtadiin memberikan potongan harga secara selektif pada segmen pasar tertentu yang tidak diberikan pada pembeli di segmen pasar lainnya; 31,9% menyatakan netral, 20,3% menyatakan sangat setuju, dan 1,4% menyatakan tidak setuju.

- c. Pada item strategi diskriminasi harga ketiga, 43,5% konsumen menyatakan netral bahwa PonPes Roudlotul Mubtadiin memberikan harga murah jika membeli dua barang dalam satu paket dibanding jika pembeli hanya membeli dua barang secara individual; 39,1% menyatakan setuju, 10,1% menyatakan tidak setuju, 5,8% menyatakan sangat setuju, dan 1,4% menyatakan sangat tidak setuju.

## 2. Variabel Religiusitas Konsumen ( $X_2$ )

Tabel 4.4

Hasil Jawaban Responden Variabel Religiusitas Konsumen ( $X_2$ )

Item Pertanyaan	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
RK 1	41	59,4	19	27,5	6	8,7	1	1,4	2	2,9
RK 2	27	39,1	34	49,3	5	7,2	2	2,9	1	1,4
RK 3	1	1,4	38	55,1	21	30,4	8	11,6	1	1,4
RK 4	0	0	31	44,9	32	46,4	5	7,2	1	1,4
RK 5	1	1,4	25	36,2	30	43,5	12	17,4	1	1,4

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan pada tabel di atas, data hasil angka untuk variabel Religiusitas Konsumen ( $X_2$ ) akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pada item religiusitas konsumen pertama, 59,4% konsumen menyatakan sangat setuju bahwa PonPes Roudlotul Mubtadiin perpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin; 27,5% menyatakan setuju, 8,7% menyatakan netral, 2,9 menyatakan sangat tidak setuju, dan 1,4 menyatakan tidak setuju.
- b. Pada item religiusitas konsumen kedua, 49,3% menyatakan setuju bahwa PonPes Roudlotul Mubtadiin menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya; 39,1% menyatakan sangat setuju, 7,2% menyatakan netral, 2,9% menyatakan tidak setuju, dan 1,4% menyatakan sangat tidak setuju.

- c. Pada item religiusitas konsumen ketiga, 55,1% konsumen menyatakan setuju bahwa PonPes Roudlotul Mubtadiin mencapai pengalaman dan pengetahuan subjektif; 30,4% menyatakan netral, 11,6% menyatakan tidak setuju, dan 1,4% menyatakan sangat setuju dan tidak sangat setuju
- d. Pada item religiusitas konsumen keempat, 46,4% konsumen menyatakan netral bahwa PonPes Roudlotul Mubtadiin paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan; 44,9% menyatakan setuju, 7,2% menyatakan tidak setuju, dan 1,4% menyatakan sangat tidak setuju.
- e. Pada item religiusitas konsumen kelima, 43,5% konsumen menyatakan netral bahwa pembeli mengidentifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari, 36,2% menyatakan setuju, 17,4% menyatakan sangat tidak setuju, dan 1,4% menyatakan sangat setuju dan sangat tidak setuju.

### 3. Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Tabel 4.5

Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Item Pertanyaan	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
KPK 1	18	26,1	45	65,2	5	7,2	1	1,4	0	0
KPK 2	9	13,0	39	56,5	20	29,0	1	1,4	0	0
KPK 3	2	2,9	28	40,6	35	50,7	3	4,3	1	1,4

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan pada tabel diatas, data hasil angka untuk variabel keputusan pembelian konsumen (Y) akan dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pada item keputusan pembelian konsumen pertama, 65,2% konsumen menyatakan setuju bahwa konsumen memerlukan informasi yang banyak mengenai produk PonPes Roudlotul Mubtadiin Balekambang untuk menetapkan kriteria produk yang akan dipertimbangkan; 26,1%

menyatakan sangat setuju, 7,2% menyatakan netral, dan 1,4% menyatakan tidak setuju.

- 2) Pada item keputusan pembelian konsumen kedua, 56,5% konsumen menyatakan setuju bahwa konsumen telah memiliki kriteria dasar untuk mengevaluasi kategori produk PonPes Roudlotul Mubtadiin Balekambang; tidak tertarik terhadap tawaran koperasi lain; 29,0% menyatakan sangat netral, 13,0 menyatakan sangat setuju, dan 1,4% menyatakan tidak setuju.
- 3) Pada item keputusan pembelian konsumen ketiga, 50,7% konsumen menyatakan netral bahwa konsumen memiliki pengalaman terhadap produk PonPes Roudlotul Mubtadiin Balekambang; 40,6% menyatakan setuju, 4,3% menyatakan tidak setuju, 2,9% menyatakan sangat setuju, dan 1,4% menyatakan sangat tidak setuju.

#### E. Hasil Uji Instrumen

Sebelum dilakukan penelitian, angket terlebih dahulu diujicobakan terhadap sampel di luar responden sebanyak 30 orang Mahasiswa STAIN Kudus Program Studi Syari'ah Ekonomi Islam Semester 8 untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Dari hasil pengolahan SPSS diperoleh hasil validitas dan reliabilitas dari kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan konflik, dan loyalitas sebagai berikut:

Tabel 4.6

#### Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
SDH 1	0.801	0.374	<i>Valid</i>
SDH 2	0.615	0.374	<i>Valid</i>
SDH 3	0.752	0.374	<i>Valid</i>
RK 1	0.606	0.374	<i>Valid</i>
RK 2	0.785	0.374	<i>Valid</i>
RK 3	0.716	0.374	<i>Valid</i>
RK 4	0.615	0.374	<i>Valid</i>
RK 5	0.573	0.374	<i>Valid</i>
KPK 1	0.614	0.374	<i>Valid</i>

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
KPK 2	0.736	0.374	<i>Valid</i>
KPK 3	0.658	0.374	<i>Valid</i>

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Keterangan : Tabel ( $dk [N-2] = 28; \alpha = 0,05$ ) = 0,374

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa masing-masing item yang menyusun masing-masing kuesioner memiliki r hitung lebih dari r table ( $r \text{ hitung} > 0,374$ ), yang berarti masing-masing item dari variabel strategi diskriminasi harga, religiusitas konsumen, dan keputusan pembelian konsumen adalah *valid*. Dengan demikian syarat validitas dari alat ukur terpenuhi.

Uji reliabilitas dari strategi diskriminasi harga, religiusitas konsumen, dan keputusan pembelian konsumen memberikan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7  
Hasil Uji Reliabilitas

Kuesioner	<i>Alpha Cronbach</i>	Nilai kritis	Keterangan
Strategi Diskriminasi Harga	0.855	0,6	<i>Reliabel</i>
Religiusitas Konsumen	0.986	0,6	<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian Konsumen	0.891	0,6	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa variabel strategi diskriminasi harga dan religiusitas konsumen pada keputusan pembelian konsumen memiliki nilai *cronbach alpha* yang lebih tinggi dari 0,6, maka dikatakan *reliabel*. Dengan demikian syarat reliabilitas alat ukur terpenuhi.

## F. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti yang diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk mengetahui normalitas digunakan teknik *One Sample Kolmogorof-Smirnov Test*. Dapat dikatakan normalitas (simetris) bila nilai *sig* atau signifikan lebih besar daripada 0,05.<sup>8</sup> Dari hasil penghitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27765702
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.048
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.587
Asymp. Sig. (2-tailed)		.881

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

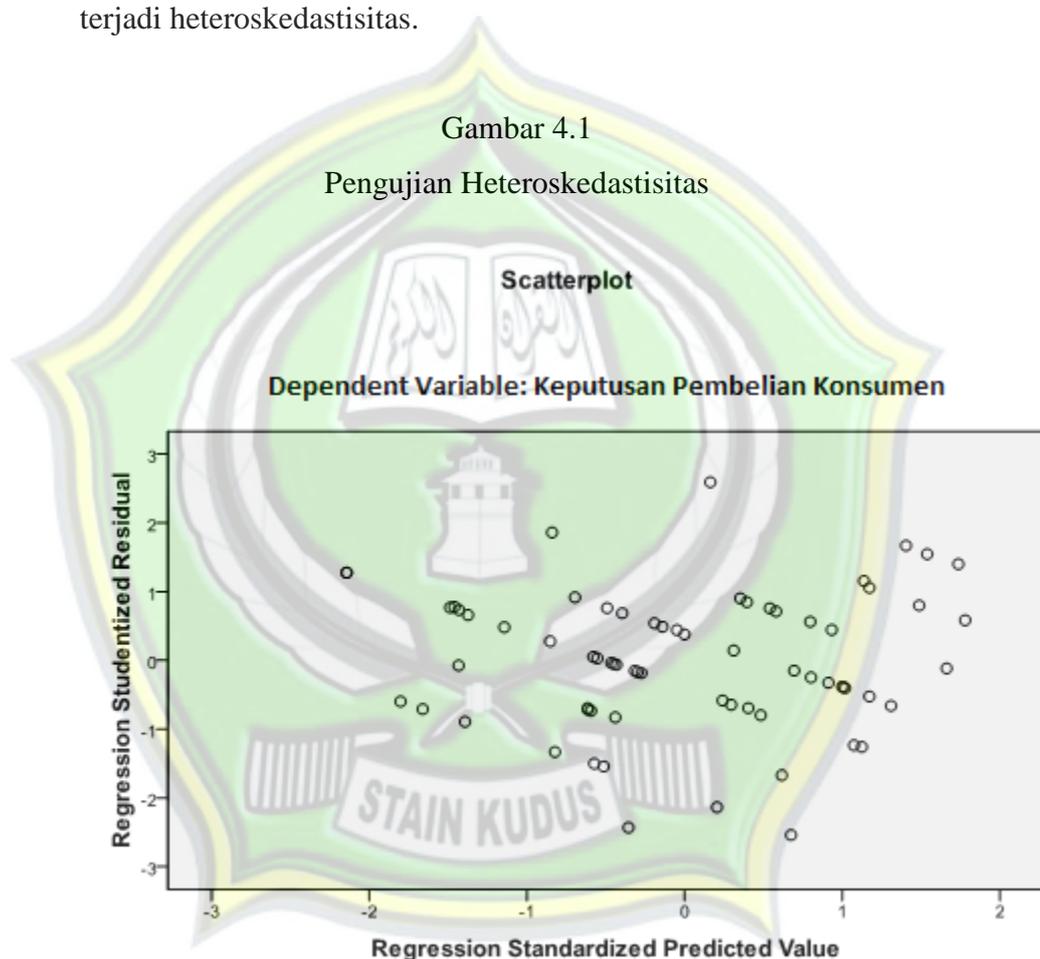
Sumber: data primer yang diolah, 2015

Hasil pengujian normalitas data dengan Uji *One Sample Kolmogorof-Smirnov Test* di atas menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,881 yang lebih tinggi dari 0,05. Sehingga dikatakan data residual berdistribusi normal, sehingga syarat normalitas terpenuhi.

<sup>8</sup> Mega Christine Wangko, *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther Pada PT Astra Internasional – Izuzu Manado*, Jurnal EMBA 541 Vol.1 No.3 Juni 2013, ISSN 2303-1174, hlm. 546

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *scatterplot*. Dengan asumsi apabila titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu dan tidak membentuk suatu pola maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



*Sumber: data primer yang diolah, 2015*

Hasil tampilan output SPSS *scatterplot* di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah garis sumbu dan tidak membentuk suatu pola, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinieritas

Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel bebas yang satu dengan yang lainnya. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* atau nilai VIF dengan asumsi jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas.<sup>9</sup> Berdasarkan hasil penghitungan SPSS diperoleh uji multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 4.9  
Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Strategi Diskriminasi Harga	0,270	3,706	Bebas multikolinieritas
Religiusitas Konsumen	0,270	3,706	Bebas multikolinieritas

*Sumber: data primer yang diolah, 2015*

Dari tabel di atas terlihat pada uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak ada nilai toleransi yang kurang dari 0,1 dan nilai VIF yang kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas untuk model persamaan yang digunakan.

### 4. Pengujian Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$ . Uji autokorelasi untuk penelitian ini menggunakan *Durbin Watson test*, dimana dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika angka D-W di antara -2 sampai +2.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Mega Christine Wangko, *Op. Cit.*, hlm. 546

<sup>10</sup> Rowland Bismark Fernando Pasaribu, *Pengaruh Variabel Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Go Public Di BEI*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 2, No. 2, Juli 2008 (101-113) ISSN: 1978 – 3116, hlm. 11

Tabel 4.10  
Hasil Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.898 <sup>a</sup>	.807	.801	.501	1.260

a. Predictors: (Constant), ReligiusitasKonsumen, StrategiDiskriminasiHarga

b. Dependent Variable: KeputusanPembelianKonsumen

*Sumber: Data primer yang diolah 2015*

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai DW sebesar 1,260. Nilai ini lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari 2, sehingga dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi positif maupun negatif.

## G. Analisis Data

### 1. Statistik Deskriptif

Setelah diketahui validitas, kemudian angket disebarakan kepada 69 responden, yaitu pembeli dan atau pemakai Netbook A-Note PonPes Roudlotul Muhtadiin Balekambang sebagai sampel penelitian. Dari hasil pengolahan angket diketahui kemudian dicari statistik deskriptifnya. Uji statistik deskriptif dilakukan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang akan diuji pada setiap hipotesis. Diharapkan hasil uji statistik deskriptif secara umum *melegitimasi* data penelitian pada variabel yang akan digunakan dalam uji statistik setiap hipotesis penelitian. Uji statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum dan minimum. Uji statistik deskriptif dilakukan terhadap data strategi diskriminasi harga, religiusitas konsumen, dan keputusan pembelian konsumen. Hasil analisis statistik deskriptif dengan bantuan komputer program SPSS disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.11  
Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
StrategiDiskriminasiHarga	69	5	14	11.46	1.368
ReligiusitasKonsumen	69	6	24	18.58	2.258
KeputusanPembelianKonsumen	69	5	14	11.36	1.124
Valid N (listwise)	69				

Sumber: Data primer diolah, 2015

Berdasarkan tabel 4.11 maka dapat diketahui bahwa strategi diskriminasi harga mempunyai nilai minimum 5 dan nilai maksimum 14. Nilai rata-rata strategi diskriminasi harga adalah 11,46 dengan standar deviasi 1,368. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan nilai rata-ratanya mengandung arti bahwa pernyataan tentang strategi diskriminasi harga antara responden satu dengan lainnya tidak berbeda jauh.

Hasil uji statistik di atas menunjukkan bahwa religiusitas konsumen memiliki kisaran antara 6 sampai dengan 24 dengan nilai rata-rata (*mean*) 18,58 dan standar deviasi sebesar 2,258. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa pernyataan tentang religiusitas konsumen antara satu responden dengan responden lain tidak jauh berbeda.

Keputusan pembelian konsumen mempunyai nilai minimum 5 dan nilai maksimum 14. Nilai rata-rata keputusan pembelian konsumen adalah 11,36 dengan nilai standar deviasi 1,124. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan nilai rata-ratanya mengandung arti bahwa pernyataan tentang keputusan pembelian konsumen tidak berbeda jauh antara satu responden dengan responden lainnya.

## 2. Uji Statistik

Model statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi berganda. Dengan menggunakan program SPSS diperoleh :

Tabel 4.12

### Analisis Regresi

		Koefisien	t hit	Prob (Sig)	tabel
Constanta	A	2,762	5,232	0,000	
Strategi Diskriminasi Harga	b <sub>1</sub>	0,203	2,377	0,020	1,996
Religiusitas Konsumen	b <sub>2</sub>	0,337	6,512	0,000	1,996
R		0,898			
Adjusted R2		0,801			
F		138,085		0,000	3,15

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

#### a. Analisis Regresi

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresi yang didapatkan adalah  $Y = 2,762 + 0,203 X_1 + 0,337 X_2 + e$

Dimana : Y = Keputusan pembelian konsumen  
 $X_1$  = Strategi diskriminasi harga  
 $X_2$  = Religiusitas konsumen  
 e = Faktor pengganggu

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 2,762 menyatakan bahwa jika variabel independent dianggap konstan (0), maka rata-rata keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 2,762.
- 2) Koefisien regresi strategi diskriminasi harga 0,203 menyatakan bahwa setiap kenaikan strategi diskriminasi harga sebesar 100% akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 20,3%
- 3) Koefisien regresi religiusitas konsumen 0,337 menyatakan bahwa setiap kenaikan religiusitas konsumen sebesar 100% akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 33,7%

#### b. Uji Parsial (Uji t)

Dalam uji parsial ini ingin diketahui pengaruh dari masing-masing variable bebas terhadap variable terikat. Dalam pengujian

parsial ini digunakan uji t. Berdasarkan tabel 4.12 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Pengaruh strategi diskriminasi harga terhadap keputusan pembelian konsumen

Berdasarkan table 4.12 diketahui nilai koefisien regresi dari variabel strategi diskriminasi harga sebesar 0,203 mempunyai t hitung sebesar 2,377 dengan probabilitas (sig) 0,020. Nilai t hitung ini lebih besar dari t tabel signifikansi 5% ( $2,377 > 1,996$ ), sehingga variabel strategi diskriminasi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi diskriminasi harga ( $X_1$ ) sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada produk netbook A-Note PonPes Roudlotul Muftadiin Balekambang **diterima**.

- b) Pengaruh religiusitas konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen

Berdasarkan table 4.12 diketahui nilai koefisien regresi dari variabel religiusitas konsumen sebesar 0,337 mempunyai t hitung sebesar 6,512 dengan probabilitas (sig) 0,000. Nilai t hitung ini lebih besar dari t tabel signifikansi 5% ( $6,512 > 1,996$ ), sehingga variabel religiusitas konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas konsumen ( $X_2$ ) sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada produk netbook A-Note PonPes Roudlotul Muftadiin Balekambang **diterima**.

- c) Pengaruh strategi diskriminasi harga dan religiusitas konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen

Terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi diskriminasi harga dan religiusitas konsumen terhadap keputusan

pembelian konsumen pada produk netbook A-Note PonPes Roudlotul Mubadiin Balekambang. Hal ini terlihat dari F hitung lebih besar daripada F tabel ( $138,085 > 3,15$ ) dan nilai *p value* (Sig.) 0,000 di bawah 0,005 (tingkat signifikansi). Dengan demikian hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi diskriminasi harga ( $X_1$ ) dan religiusitas konsumen ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada produk netbook A-Note PonPes Roudlotul Mubtadiin Balekambang **diterima**.

c. Uji F

Uji F seringkali juga dinamakan dengan *analysis of variance*. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan tabel 4.12 tampak bahwa nilai F hitung sebesar 138,085 mempunyai probabilitas (sig) 0.000. Nilai probabilitas (sig) ini lebih kecil dari nilai  $\alpha$  ( $0.000 < 0.05$ ), hal ini berarti bahwa model penelitian adalah fit atau dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan antara strategi diskriminasi harga dan religiusitas konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian hipotesis tiga ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi diskriminasi harga ( $X_1$ ) dan religiusitas konsumen ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada produk netbook A-Note PonPes Roudlotul Mubtadiin Balekambang.

d. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui besaran dalam persen pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Uji koefisien determinasi dinotasikan dengan nilai adjusted  $R^2$ . Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,801, yang mengandung arti bahwa 80,1% variasi besarnya keputusan pembelian konsumen bisa dijelaskan oleh variasi strategi diskriminasi harga dan

religiusitas konsumen, sedangkan sisanya 19,9% lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

#### H. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan uji hipotesis pertama didapatkan bahwa strategi diskriminasi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dilihat dari nilai koefisien regresi strategi diskriminasi harga 0,203 dengan probabilitas signifikansi 0,020 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga strategi diskriminasi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Semakin tinggi strategi diskriminasi harga maka akan menaikkan keputusan pembelian konsumen sebesar 20,3%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Musriha (2008) yang menemukan bahwa faktor kebijakan harga dan pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada industri pompa air di Surabaya.

Ini berarti strategi diskriminasi harga yang dimiliki oleh Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadi'in Balekambang Jepara cukup baik, dalam hal ini tingkat keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan produk netbook A-Note Pondok Pesantren Balekambang Jepara mencapai 20,3%. Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadi'in Balekambang Jepara yang mampu memberikan informasi harga kepada konsumen dengan akurat, mampu menyediakan informasi harga terbaru, serta mampu memberikan informasi yang akurat, merupakan daya tarik tersendiri yang dimiliki Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadi'in Balekambang Jepara. Karena strategi harga merupakan hal penting untuk memajukan suatu usaha, dalam hal ini netbook A-Note Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadi'in Balekambang Jepara.

Strategi diskriminasi harga sebagai faktor penting dalam membangun keputusan pembelian konsumen. Ketika strategi diskriminasi harga yang dilakukan efektif, maka Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadi'in Balekambang Jepara dapat meningkatkan penjualannya.

Berdasarkan uji hipotesis kedua didapatkan bahwa religiusitas konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini

dilihat dari nilai koefisien regresi religiusitas konsumen 0,337 dengan probabilitas signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga religiusitas konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Semakin tinggi religiusitas konsumen maka akan menaikkan keputusan pembelian konsumen sebesar 33,7%. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauzan (2011) yang menemukan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap etika berbisnis.

Ini berarti religiusitas yang dimiliki oleh konsumen terhadap Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadi'in Balekambang Jepara cukup baik, dalam hal ini tingkat religiusitas konsumen dalam menggunakan produk netbook A-Note Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadi'in Balekambang Jepara mencapai 33,7%. Kemampuan Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadi'in Balekambang Jepara yang sangat peduli dengan religiusitas ketika konsumen bertransaksi, menjanjikan produk dan layanan yang dapat diandalkan, menunjukkan rasa hormat kepada konsumen serta memenuhi kewajibannya kepada konsumen, merupakan daya tarik tersendiri yang dimiliki Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadi'in Balekambang Jepara.

Religiusitas dipandang sebagai salah satu hal mendasar dan mempunyai penting dalam kehidupan di dunia. Oleh karena itu Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadi'in Balekambang Jepara melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan religiusitasnya. Salah satu cara untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen adalah dengan menumbuhkan religiusitas kepada konsumen.

Berdasarkan uji secara simultan didapatkan bahwa strategi diskriminasi harga dan religiusitas konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Ini terlihat dari nilai F hitung sebesar 138,085 dengan signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ).

Strategi diskriminasi harga dan religiusitas konsumen merupakan kombinasi strategi perusahaan untuk lebih mendekati kepada minat konsumen. Dengan pendekatan ini perusahaan dalam konteks ini Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadiin Balekambang Jepara akan mengetahui dan

memahami kebutuhan dan harapan konsumen terhadap produk yang ditawarkan melalui komunikasi dua arah. Dengan komunikasi ini Pondok Pesantren Roudlotul Muhtadiin Balekambang Jepara akan cenderung untuk memperbaiki dan meningkatkan apabila ada keluhan dari konsumen. Sedangkan konsumen dengan adanya strategi diskriminasi harga dan religiusitas akan membuat mereka lebih tertarik dengan produk yang ditawarkan, sehingga akan memunculkan keputusan pembelian yang lebih signifikan lagi.

