

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PREFERENSI  
KONSUMEN DALAM PROSES PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PADA PENGGUNAAN KARTU E-TOLL  
SEBAGAI ALAT TRANSAKSI DALAM KEBIJAKAN  
PEMBAYARAN NON TUNAI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun oleh :

**YUANISA KUSUMA SARI**

**NIM 1405026222**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2018**



## PENGESAHAN

Skripsi Saudari : Yuanisa Kusuma Sari  
NIM : 1405026222  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk Dan Preferensi Konsumen Dalam  
Proses Pengambilan Keputusan Pada Penggunaan Kartu E-  
toll sebagai Alat Transaksi Dalam Kebijakan Pembayaran  
Non Tunai

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal 08 Januari 2019 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 tahun akademik 2018/2019.

Semarang, 18 Januari 2019

Ketua Sidang

Ida NurLailiM.Ag

NIP. 19781113 200901 2 004

Penguji Utama I

Heny Yuningrum, SE., M.Si

NIP. 19810609 200710 2 005

Pembimbing I

Rahman El Junusi, SE., MM.

NIP. 196911182000031001

Sekretaris Sidang

Rahman El Junusi, SE., MM.

NIP. 19691118 200003 1 001

Penguji Utama II

Dr. H. Ahmad Furqon, L.C.MA.

NIP. 19751218 200501 1 002

Pembimbing II

Dessy Noor Farida, SE, M.Si, AK CA

NIP. 197912222015032001



KEMENTERIAN AGAMA R.I  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Prof. Dr. Hamka Km. 2 Kampus III Ngaliyan Telp. 024-7608454 Semarang 50185

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp. : 4 (empat) bendel  
Hal : Peretujuan Naskah Skripsi  
An. Sdri. Yuanisa Kusuma Sari

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi saudara:

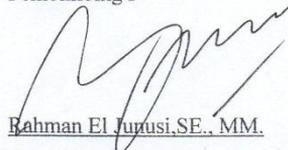
Nama : Yuanisakusuma Sari  
NIM : 1405026222  
Fakultas/Jurusan : EkonomidanBisnis Islam/Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Preferensi  
Konsumen Dalam Proses Pengambilan Keputusan  
Pada Penggunaan Kartu E-toll sebagai Alat Transaksi  
Dalam Kebijakan Pembayaran Non Tunai

Dengan ini kami setuju, dan mohon kiranya dapat segera di munaqosahkan. Demikian, atas perhatiannya di ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb.*

Semarang, 13 September 2018

Pembimbing I

  
Bahman El Junusi, SE., MM.  
NIP. 196911182000031001

Pembimbing II

  
Dessy Noor Farida, SE.M.Si, AK CA  
NIP.197912222015032001

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ  
تَفَسَّحُوا فِي الْمَجْلِسِ فَافْسَحُوا  
يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ أَنْشُرُوا  
فَأَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا  
مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ  
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

### [المجادلة : 11]

*“Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*

( QS.Al-Mujadillah:11)

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrohmanirrohim*

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan segala keridhoan dan kesempatan sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi dan studi di UIN Walisongo Semarang.

Dengan Bariring niat dan usaha yang kuat bersama dengan iringan-iringan do'a dari orang-orang terkasih dalam proses penyusunan skripsi ini, maka dengan segenap keikhlasan saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang selalu memberikan ikhtiar dengan iringan doanya di dalam setiap proses penyusunan skripsi ini .

Saya persembahkan sebuah karya sederhana ini untuk ke dua orang tua saya dan segenap keluarga besar saya. Bapak saya terkasih yang menjadi panutan saya dengan segala tanggung jawabnya dan juga teruntuk Ibu saya yang telah mendidik dan mengasuh saya hingga saat ini, dengan tidak pernah hentinya selama ini selalu memberikan do'a, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan.

Tak ketinggalan saya persembahkan karya ini kepada :

1. Seluruh keluarga besar saya terkasih kedua orang tua ,Bapak dan ibu saya, Nenek saya (Almh.Yahmi) dan kakung saya (alm.samidin) yang tidak sempat melihat kemenangan yang saya peroleh dan ingin sekali saya persembahkan pula kepada beliau-beliau yang telah pergi, serta tak lupa ke dua adik saya (adik laki-laki saya yang saya banggakan oktoffio kusuma wardani & adik perempuan saya Chelsea kusuma Almira Azzaria)
2. Teman-teman kelas seperjuangan Ekonomi Islam (EIG) angkatan 2014 dan segenap team KKN Posko 39 di Desa Brumbung, Mranggen Demak.
3. Teman-teman kontrakan Blok G 12 Perum Bpi Ngaliyan semarang seperjuangan dan Adik-adik angkatan yang dikemudian akan berjuang yang selalu memberikan semangat.
4. Teman-teman yang selalu membantu dan banyak memberikan saya pelajaran Pangesti Yofita, Dwi Mita Sari ,Yesi Pravita Sari, Dwi Alvin Hidayati, Hariyanti Rohmah ).
5. Terimakasih untuk yang selalu ada dalam waktu senggang atas wejangan-wejangan, wawasan pengalaman, serta doa dan semangat yang diberikan.

## Deklarasi

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 14 Oktober 2018



Yuanisa Kusuma Sari

1405026222

## TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut :

### A. Konsonan

ع = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y

ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

## B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

## C. Diftong

أَيَّ = ay

أَوَّ = aw

## D. Syaddah

*Syaddah* dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبُّ *al-thibb*.

## E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al*-... misalnya الصَّنَاعَةُ = *al-shina 'ah*. *Al*- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

## F. Ta' Marbutah

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan “h” misalnya الطَّبِيعِيَّةُ الْمَعِيشَةُ = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

## ABSTRAK.

Penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Dengan Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari kuesioner yang diberikan kepada konsumen pengguna kartu e-toll sebanyak 100 responden, dan didukung pula dengan data sekunder. Dengan perumusan permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh variabel keunggulan kualitas produk dan preferensi konsumen terhadap proses pengambilan keputusan konsumen pada penggunaan kartu *e-toll card* sebagai alat transaksi dalam kebijakan pembayaran non tunai?

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji instrumen pertanyaan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan uji t dan koefisien determinasi ( $R^2$ ), dengan olah data menggunakan SPSS 23.0 *for windows*.

Dari hasil pengeolahan data penelitian diperoleh persamaan regresi linier berganda  $Y = 13,067 + 0,135 X_1 + 0,140 X_2$ . Dengan hasil penelitian pada koefisienan regresi secara parsial (uji t) pada kedua variabel adalah untuk variabel kualitas produk menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,225 > 1,984$ ), dan nilai signifikansi ( $0,028 < 0,05$ ) sehingga menghasilkan simpulan bahwa hipotesis  $H_1$  dapat dinyatakan diterima dan dapat diketahui bahwa Terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan konsumen dalam menggunakan *e-toll card* sebagai alat transaksi non tunai (Y), dan hasil uji parsial pengaruh variabel Preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan konsumen adalah menghasilkan nilai signifikansi  $0,111 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$   $1,610 < 1,984$ , dengan begitu hasil uji parsial variabel menyatakan bahwa  $H_2$  ditolak dengan kesimpulan bahwa

variabel preferensi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan konsumen untuk menggunakan produk *e-toll card* sebagai alat transaksi non tunai (Y). Sedangkan dalam koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,074% , hal ini berarti bahwa variasi proses pengambilan keputusan (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel *kualitas produk dan preferensi konsumen* (X) yaitu hanya sebesar 7,4% Sedangkan sisanya ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian ini.

Kata kunci : Keunggulan Kualitas Produk, Preferensi Konsumen, Sistem pembayaran non tunai

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah yang menguasai seluruh alam, tidak ada daya upaya maupun kekuatan kecuali hanya dari-Nya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Baginda Rasul Muhammad SAW serta kepada para keluarganya yang suci, sahabat-sahabat serta para pengikutnya yang sholih.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kesalahan-kesalahan, untuk itu segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun sangat penulis perlukan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Pelaksanaan dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, MA. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Dr.H. Ahmad Furqon, LC.MA Selaku Ketua Jurusan dan Mohammad Nadzir, SHI, M.SI selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Rahman El Junusi,SE., MM. selaku Dosen Pembimbing I, dan Dessy Noor Farida, SE, M. Si,AK CA selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberi petunjuk dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dosen-dosen Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo.

6. Dan Semua pihak yang belum tercantum dan tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, saran serta bantuan baik secara moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

Semoga amal kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini akan mendapat pahala dari Allah SWT. dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Semarang, 14 Oktober 2018

YUANISA KUSUMA SARI  
1405026222

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN DEKLARASI .....	vii
HALAMAN TRANSLITERASI .....	vii
HALAMAN ABSTRAK .....	x
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xxi
DAFTAR GAMBAR .....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan dan Manfaat .....	15
1.4 Sistematika penulisan .....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori .....	19

2.1.1 Sistem pembayaran.....	19
2.1.2 Pembayaran Elektronik.....	21
2.1.3 E-money dalam Prespektif Islam.....	24
2.1.4 E-toll Card .....	29
2.1.5 Kualitas Produk .....	33
2.1.6 Preferensi Konsumen.....	37
2.1.7 Pengambilan Keputusan konsumen.....	43
2.2 Penelitian Terdahulu .....	45
2.3 Hipotesis Penelitian.....	48
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritik.....	53

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.1.1 Jenis Penelitian .....	55
3.1.2 Sumber Data .....	56
3.2 Populasi dan Sampel.....	57
3.2.1 Populasi.....	57
3.2.2 Sampel .....	58
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.3.1 Kuisisioner dan Angket .....	60
3.3.2 Dokumentasi .....	61

3.4 Definisi Operasional Variabel.....	61
3.4.1 Variabel Bebas .....	62
3.5 Teknik Analisis Data.....	65
3.5.1 Analisis kuantitatif .....	65
3.5.2 Uji Instrumen .....	67
3.5.2.1 Uji Validitas .....	67
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	67
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	68
3.5.3.1 Uji Normalitas .....	68
3.5.3.2 Uji Multikolonieritas .....	69
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	71
3.5.4 Uji Hipotesis.....	72
3.5.4.1 Uji Pengaruh Simultan (F test) ....	72
3.5.4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	72
3.5.4.3 Uji Parsial (T test) .....	73

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	74
4.1.1 Sejarah Latar Belakang dikeluarkan E- toll Card.....	74
4.1.2 Fasilitas dan Manfaat E-toll Card.....	76

4.1.3 Tujuan E-toll Card.....	78
4.1.4 Kelebihan dan Kekurangan E-toll Card .....	79
4.2 Diskripsi Data Penelitian Dan Karakteristik	
Responden .....	80
4.2.1 Deskriptif Data Penelitian .....	80
4.2.2 Karakteristik Responden .....	82
4.2.3 Diskripsi Variabel Penelitian .....	88
4.2.3.1 Kualitas Produk.....	91
4.2.3.1.1 Performance .....	91
4.2.3.1.2 Features .....	91
4.2.3.1.3 Reliability.....	91
4.2.3.1.4 conformance.....	92
4.2.3.1.5 Durability .....	92
4.2.3.1.6 Asthetic .....	92
4.2.3.1.7 Sesuai Prinsip Syariah.....	93
4.2.3.2 Preferensi Konsumen .....	93
4.2.3.1 Fleksibilitas .....	93
4.2.3.2 Jaminan .....	94
4.2.3.3 Transfer Antar Kartu .....	94
4.2.3.4 Benefit .....	95

4.2.3.5	Diskon .....	95
4.2.3.3	Keputusan Pembelian .....	96
4.2.3.1	Pengenalan Kebutuhan .....	96
4.2.3.2	Pencairan Informasi.....	96
4.2.3.3	Penilaian Alternatif.....	97
4.2.3.4	Keputusan Pembelian .....	97
4.2.3.5	Perilaku Setelah Membeli .....	98
4.2.4	Analisis Data Dan Interpretasi Data .....	99
4.2.4.1	Uji Validitas Instrumen .....	99
4.2.4.2	Uji Reliabilitas.....	101
4.2.5	Uji Asumsi Klasik .....	102
4.2.5.1	Uji Normalitas .....	102
4.2.5.2	Uji Multikolonieritas .....	103
4.2.5.4	Uji Heteroskedastisitas .....	105
4.2.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	107
4.2.7	Pengujian Hipotesis .....	110
4.2.7.1	Uji Pengaruh Simultan (Uji F) .....	110
4.2.7.2	Uji Pengaruh Parsial (Uji T).....	111
4.2.7.3	Uji Koefisien Determinasi.....	114
4.2.8	Pembahasan .....	115

4.2.8.1 Pengaruh Kualitas Terhadap Pengambilan Keputusan.....	115
4.2.8.2 Pengaruh Preferensi Terhadap pengambilan Keputusan .....	123
4.2.8.3 Pengaruh Kualitas & Preferensi Terhadap keputusan .....	126

## BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan .....	128
5.2 Saran.....	129

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Jumlah Uang Elektronik .....	3
Tabel 1.2	: Lembaga Bank Penerbit E-toll Card .....	7
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu .....	46
Tabel 3.1	: Alternatif Jawaban .....	61
Tabel 3.2	: Definisi Operasional Penelitian .....	63
Tabel 4.1	: Usia Responden .....	82
Tabel 4.2	: Jenis Kelamin.....	84
Tabel 4.3	: Pekerjaan.....	85
Tabel 4.4	: Agama .....	86
Tabel 4.5	: Penggunaan Kartu .....	87
Tabel 4.6	: Hasil Skor Kuisisioner.....	89
Tabel 4.7	: Hasil Uji Validitas Instrumen .....	99
Tabel 4.8	: Hasil Uji Reliabilitas .....	101
Tabel 4.9	: Hasil Uji Normalitas .....	103
Tabel 4.10	: Hasil Uji Multiklonieritas .....	104
Tabel 4.11	: Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	107
Tabel 4.12	: Hasil Uji Simultan (Uji F).....	110
Tabel 4.13	: Hasil Uji Parsial (Uji T).....	111
Tabel 4.14	: Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Grafik Proses Implementasi Transaksi	
Non Tunai.....	6
Gambar 2.1 : Proses Pembelian Konsumen .....	44
Gambar 2.2 : Kerangka Teoritik .....	54
Gambar 4.1 : Kartu E-toll Card.....	76
Gambar 4.2 : Umur .....	83
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	106

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pola perilaku konsumen dalam sistem pembayaran transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat, kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran mampu menggeser peranan dari uang tunai sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan masyarakat atas suatu alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketetapan, dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik.

Didukung dengan perkembangan alat transaksi elektronik, negara Indonesia telah mereformasi pola dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi. Sepertimana dinyatakan dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999, sistem pembayaran merupakan sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipergunakan untuk dilakukannya pemindahan dana guna memenuhi kewajiban yang

timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Dalam perkembangannya, sistem pembayaran secara elektronik atau disebut dengan non tunai sangat dipengaruhi oleh kemajuan perkembangan teknologi dan perubahan pola hidup masyarakat. Studi empirik menemukan bahwa kehadiran alat pembayaran non tunai menggunakan kartu dapat menggantikan peranan alat pembayaran non tunai dalam transaksi ekonomi di Indonesia.<sup>1</sup>

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia, salah satu wewenang Bank Indonesia dalam rangka mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran adalah menetapkan penggunaan alat pembayaran. Perkembangan teknologi dibidang informasi dan komunikasi memberi dampak yang pesat dalam pengembangan pembayaran elektronik (*Electronic payment*). *Electronic payment* adalah transaksi dengan Uang elektronik atau e-money, uang elektronik masih tergolong inovasi baru. Perkembangan uang elektronik di beberapa tahun terakhir memberikan indikasi suatu progres peningkatan yang tergolong pesat. Data Bank Indonesia mencatat peningkatan jumlah uang

---

<sup>1</sup>. Bambang Pramono, dkk., "Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter" (Bambang Indonesia: 2016), hlm : 2

elektronik yang beredar di Indonesia adalah sebagaimana berikut :

Tabel 1.1

Jumlah Uang Elektronik Beredar di Indonesia

Tahun	Jumlah Uang Elektronik Beredar di Indonesia ( Instrumen )
2015	Rp. 34.314.795,-
2016	Rp. 51.204.580,-
2017	Rp. 90.003.484,-
2018	Rp. 103.707.405,-

Sumber : Data Bank Indonesia 2018

BI mencatat bahwasanya di tiga tahun terakhir tercatat beberapa peningkatan, yang diawali dengan jumlah instrumen di tahun 2015, jumlah instrumen yang beredar hanya 34.314.795 instrumen. Akan tetapi, seiring adanya promosi pemasaran dan juga kebijakan yang dikembangkan angka tersebut di kemudian berubah menjadi 103.707.405 instrumen di bulan Februari 2018. Volume dan transaksi uang elektronik juga menunjukkan pertumbuhan yang signifikan hingga akhir November 2017 dengan total nominal transaksi Rp 1.64 triliun atau naik 98% dibandingkan November 2016. Berdasarkan data Statistik Bank Indonesia (BI), tercatat pertumbuhan nominal 98%, volume transaksi uang

elektronik juga meningkat 93% menjadi 128,51 juta transaksi dari November 2016 yang mencapai 79,22 juta transaksi. Sementara untuk jumlah uang elektronik yang beredar sampai dengan November 2017 BI mencatat sebesar, 113.72 juta atau meningkat 130% dengan periode sama tahun sebelumnya.<sup>2</sup>

Data peredaran dari uang elektronik yang tercatat oleh BI banyak mengindikasikan peluang akan minat dari warga terhadap transaksi budaya *cashless*. Pemerintah menargetkan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2016 di kisaran 5% dan tumbuh hingga 5,1% pada tahun 2017. Dinyatakan pertumbuhan ekonomi tersebut bergantung pada efektivitas kebijakan di dalam negeri dan luar negeri serta keberhasilan reformasi ekonomi.<sup>3</sup>

Sebagai wujud usaha pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pemerintah telah mewajibkan transaksi non tunai di jalan tol sebagai mana

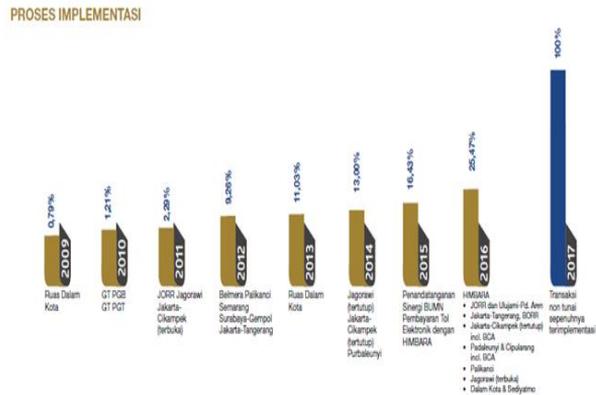
---

<sup>2</sup> .Septiana Perdana,” Nilai Transaksi Uang Elektronik capai Rp 1,64 Triliun”, <http://www.m.mediaindonesia.com/read/deta>, diakses 26 Maret 2018

<sup>3</sup> .Sakina Rakhma Diah Setiawan,”Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 5,3 persen pada 2017 dianggap maksimal”, [http://googleweblight.com/i?u: https://ekonomi.kompas.com](http://googleweblight.com/i?u:https://ekonomi.kompas.com), diakses 26 maret 2018

tertera di dalam Peraturan Menteri pekerjaan Umum dan perumahan Rakyat No 16/ PRT/M/2017 dengan ketentuan bahwasanya per 31 Oktober 2017 semua transaksi di gardu tol mulai diwajibkan. *E-toll card* adalah salah satu Produk inovasi yang di keluarkan oleh pemerintah untuk kegiatan alat transaksi pembayaran non tunai di gerbang tol, dengan tujuan awal di sah kanya produk inovasi *E-toll card* oleh pemerintah adalah demi tercapainya arus lalu lintas yang efektif & efisien. PT. Jasa Marga dalam mewujudkan target dari pemerintah menggandeng Bank Indonesia untuk bekerjasama mengembangkan instrumen *e-toll card*. Pihak jasa marga mencatat prospek kenaikan implementasi transaksi non tunai di jalan tol sebagaimana berikut :

**Grafik 1.1**  
**Proses implementasi transaksi Non Tunai 2009-2017**



**Sumber : Annual Report 2017 , [www.jasamarga.com](http://www.jasamarga.com)**

Pada data tersebut menjelaskan bahwa faktanya perseroan telah melakukan implemen tasi transaksi non tunai ini sejak tahun 2009, yang telah di mulai dari ruas dalam kota dengan prog res transaksi non tunai sebesar 0,79% dari total perseroan. Pada tahun 2015 terdapat penanda tangan sinergi BUMN pembayaran tol elektronik dengan Himpunan Bank Negara (HIMBARA) dan terimplementasi hingga tahun 2016 mening katkan porsi transaksi non tunai menjadi 25,47% pada akhir tahun.

Sehubungan dengan Perkembangan sistem transaksi pembayaran non tunai yang berkembang, Bank Indonesia juga mencatat di pertengahan tahun 2017 ada 25 perusahaan yang telah mendapatkan izin untuk menjadi penerbitan uang elektronik. Selain itu beberapa Bank terkait, yang bekerjasama dengan pihak jasa marga yang telah sukses menerbitkan instrumen e-toll sampai periode ini dan ikut andil dalam menyukseskan kebijakan Pemerintah, dengan beberapa produk, diantaranya adalah :

Tabel 1.2

Lembaga Penerbit Kartu Transaksi Non Tunai jalan tol

No	Lembaga Penerbit	Nama Produk
1.	Bank Mandiri	E-toll , e-money , indomaret card, Gaz Card
2.	Bank Rakyat Indonesia	Brizzi BRI
3.	Bank Negara Indonesia	BNI Tap Cash
4.	BTN	BTN Blink
5.	Bank Central Asia	Flazz BCA
6.	Badan pengatur Jalan Tol (BPJT)	E-Toll Card BPJT

Sumber : <https://rappler.com>

Perkembangan sistem transaksi pembayaran non tunai menjadi perhatian tersendiri bagi pemerintah, dan menjadi suatu kebijakan yang sedang dikembangkan. Sejalan dengan wacana kebijakan yang dilakukan pemerintah, pada faktanya di kemudian menimbulkan pro kontra yang menjadi kendala untuk menunjang kesuksesan kebijakan yang akan dikembangkan. Beberapa Pro kontra yang berkembang dari aktivitas *cash less* di gerbang tol adalah berkembangnya isu-isu publik, di lansir dari sebuah artikel<sup>4</sup>, mengungkapkan masukan dan keluhan dari masyarakat berupa keamanan, kemudahan, kenyamanan dan juga termasuk dengan biaya, serta penolakan kebijakan sejumlah asosiasi pekerja yang terkait dengan penggantian dari peran manusia di gerbang tol di khawatirkan akan mengakibatkan korban PHK.

Keluhan lain yang di lansir dari Tempo.com, terkait tentang terdibetnya transaksi *e-money* sebanyak dua kali dalam satu transaksi. Kutipan berita tersebut menyatakan komplain pengguna yang kecewa

---

<sup>4</sup>.jaktv-Pro Kontra : pengelola Toll, 31 oktober tak ada lagi transaksi Tunai". <https://m.vidio.com/watch/907745-jaktv-pro-kontra-pengelola-toll-tak-ada-lagi-transaksi-tunai>, diterbitkan oktober 10,2017 , diakses 13 Februari 2018 WIB

terhadap kualitas pelayanan yang ada.<sup>5</sup> Ada pula keluhan pendapat lain, yang diungkapkan oleh Cris herman gunawan, konsumen *e-toll card* yang menyatakan penyebab rendahnya minat beli *e-toll card* adalah ketidak siapan dari pihak jasa marga. Pihak jasa marga tidak siap dari sisi penyediaan informasi ke *custo mer* saat akan memasuki gerbang tol, sehingga *customer* bingung terkait keberlakuan *e-toll card* di gerbang tol. Meskipun pemerintah ingin mengembangkan *less cash society* yang dianggap sebuah inovasi yang efisien dan efektif dan banyak memiliki manfaat pada penggunaannya. Faktanya masih banyak masyarakat yang beranggapan menggunakan uang tunai masih lebih mudah dari pada menggunakan alat transaksi elektronik termasuk *e-toll card*. Pernyataan ini didukung dengan hasil wawancara bersama beberapa konsumen pengguna uang elektronik sekaligus pengguna *e-toll*.<sup>6</sup>

Dari perkembangan data yang tersaji yang berbanding terbalik dengan adanya beberapa keluhan

---

<sup>5</sup> [.https://m.detik.com/finance/moneter/d-1873331/ini-keluhan-masyarakat-soal-e-toll-card-bank-mandiri](https://m.detik.com/finance/moneter/d-1873331/ini-keluhan-masyarakat-soal-e-toll-card-bank-mandiri)”, diakses : selasa, 13 february 2018, 18:30 WIB

<sup>6</sup> .wawancara bersama konsumen saudara Handy yanuariza, Bapak Primbon , Wawan Kurniawan (Sopir) , 16 Maret 2017

yang berkembang, peneliti merasa perlu adanya pengkajian terkait pengambilan keputusan masyarakat dalam pengambilan keputusan penggunaan non tunai. Karena sejatinya sebuah kebijakan pastinya tidak selalu dapat diterima secara mudah. Sehingga perlu adanya penelitian-penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai acuan guna memberikan gambaran akan pengaruh dari sebuah variabel Keunggulan Kualitas dari suatu Produk dan preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan. Dari beberapa literatur penelitian-penelitian terdahulu beberapa dimensi dari variabel keunggulan suatu produk dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen dan mempengaruhi konsumen dalam suatu pengambilan keputusan .

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dapat dilihat dari kesesuaian antara harapan (*expectation*) konsumen dengan persepsi dan pelayanan yang diterima (kenyataan yang dialami). Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang hal yang akan diterimanya jika ia membeli atau mengonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja (*performance*) dan harapan (*expectation*).

Menurut Kotler dan Armstrong, mengenai kepuasan konsumen.<sup>7</sup>kepuasan konsumen adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri. Menurut Kotler ada beberapa dimensi dalam kepuasan konsumen, dimensi-dimensi tersebut merupakan indikator bagi perusahaan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen.

Di dalam Penelitian terdahulu Kenneth saudjana, dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Waktu dan kualitas produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk membeli Melalui Toko Online , Peneliti mendapatkan hasil simpulan bahwa pada Variabel kepuasan konsumen sebagai variabel dependent secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli melalui toko online, dengan tingkat hasil uji variabel pada kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli melalui toko online. Hal ini terbukti dengan hasil uji t dari variabel kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0.000 di mana lebih

---

<sup>7</sup> . Kotler, Philip dan Gary Asrtrong, “*Prinsip-Prinsip Pemasaran* “, Jakarta : Erlangga . hlm : 16

kecil dari pada 0.05, sehingga mendapatkan simpulan variabel kualitas produk ikut berpengaruh secara parsial terhadap minat pembelian dan sisanya di pengaruhi oleh variabel lainya, Penelitian menggunakan metodo logi kuantitatif , dengan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang telah disebarkan kepada responden .

Penelitian terkait pengaruh kepuasan khususnya pada dimensi sebuah kualitas produk terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk minat beli juga diteliti oleh Riqqah Balqis Noviar. Ruang lingkup penelitan, peneliti adalah menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan kualitas jasa serta pengaruh nya terhadap keputusan pembelian ulang konsumen, dengan studi kasus pada konsumen Waroeng Hotpale Odon Cabang jalan pemuda No.6, Bogor. Berdasarkan penelitian Riqqah Balqis Noviar, hasil penelitian menunjukkan konstruk keputusan pembelian ulang di pengaruhi secara positif dan signifikan oleh kepuasan terkait kualitas produk.

Selain dengan variabel kualitas produk, dalam penelitian lainya juga menyebutkan faktor lain yang dapat mempengaruhi sebuah pengambi lan keputusan dari seorang konsumen adalah penelitian dari, Isnani

Nurannisa Fitri dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pada Penggunaan Kartu *E-money* sebagai Alat Transaksi menyatakan bahwasanya Preferensi Konsumen dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen. Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi. Keterkaitan Preferensi mempunyai peranan penting dalam pilihan Konsumen. Keterkaitan Preferensi merupakan deskripsi formal mengenai kemampuan dan kecenderungan pilihan jika konsumen dihadapkan pada suatu pilihan. Hasil penelitian dari Isnani Nur Fitri memberikan simpulan bahwasanya variabel-variabel yang digunakan untuk mengukur Faktor-faktor yang mempengaruhi Variabel Preferensi Konsumen mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap preferensi konsumen, dan itu artinya akan mempengaruhi peningkatan preferensi konsumen terhadap penggunaan *E-money* untuk transaksi. Penelitian yang sejenis dalam mengukur pengaruh Preferensi terhadap pengambilan keputusan juga diteliti oleh Aisyah Erinda, Srikandi Kumadji dkk, dalam studi kasus terhadap pelanggan Mc Donald's di

Indonesia dan Malaysia. Penelitian berjudul Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian, juga membuktikan bahwa dari Faktor preferensi Konsumen juga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen akan minat beli di Mc Donalds.

Berdasarkan beberapa alasan serta pertimbangan-pertimbangan di atas yang dapat mendukung penelitian yang akan dilakukan, dan juga sebagai acuan. Maka penulis tertarik untuk melakukan kajian penelitian terkait dengan keterkaitan dari pengaruh variabel kualitas produk dan preferensi konsumen terhadap minat pengambilan keputusan. Dengan studi kasus pada pengguna kartu *e-toll card*. Dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk dan Preferensi Konsumen Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pada Penggunaan kartu E-toll sebagai Alat Transaksi Dalam Kebijakan Pembayaran Non Tunai”**.

## **2.1 Perumusan Masalah**

Berdasar dari latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan beberapa perumusan sebagaimana berikut :

- 1) Bagaimana pengaruh dari variabel Kualitas Produk *E-toll card* terhadap proses pengambilan keputusan pada penggunaan kartu *e-toll* sebagai alat transaksi ?
- 2) Bagaimana pengaruh dari variabel preferensi konsumen terhadap proses pengambilan keputusan pada penggunaan kartu *e-toll* sebagai alat transaksi ?

### **3.1 Tujuan & Manfaat Penelitian**

#### **a. Tujuan penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh dari variabel kualitas produk terhadap proses pengambilan keputusan pada penggunaan kartu *e-toll card* sebagai alat transaksi
2. Untuk menguji secara empiris Pengaruh dari variabel preferensi terhadap proses pengambilan keputusan pada penggunaan kartu *e-toll card* sebagai alat transaksi

## **b. Manfaat penelitian**

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### 1. Manfaat teoristis

Secara teoristis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan khasanah pustaka dan tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

### 2. Manfaat secara praktis

- a) Bagi pemerintah, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi perbandingan sekaligus evaluasi akan kebijakan-kebijakan yang akan dikembangkan di kemudian kelak yang terkait dengan transaksi budaya non tunai.
- b) Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk melatih berfikir ilmiah, dengan dasar pada disiplin ilmu yang di peroleh dari bangku kuliah, sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan tersendiri bagi penulis.
- c) Bagi halayak masyarakat luas, penelitian ini dapat digunakan sebagai media pemberi

informasi sekaligus sarana masukan dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan ataupun tidak.

- d) Bagi pembaca, penelitian ini dapat digunakan sebagai penambah khasanah perpustakaan dan menambah referensi pengetahuan.

#### **4.1 Sistematika Penulisan**

Penulisan Penelitian ini disusun dalam lima bab sebagai berikut :

**BAB I Pendahuluan**, berisi tentang uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II Tinjauan pustaka**, pada bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran Teoritis, dan hipotesis penelitian.

**BAB III Metode Penelitian**, di dalam bab ini menjelaskan terkait metode penelitian serta definisi operasional variabel. Metode penelitian yang digunakan yang akan diuraikan, yang meliputi : jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel,

teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data yang digunakan.

**BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**, bab ini berisi uraian hasil dan penelitian yang di lakukan, analisis data yang telah di lakukan dan pembahasan

**BAB V Penutup**, merupakan rangkaian dari penelitian yang meliputi kesimpulan dan saran

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kerangka Teori**

##### **2.1.1 Sistem Pembayaran**

Sistem pembayaran adalah sistem yang berkaitan dengan pemindahan dana satu pihak ke pihak lain yang melibatkan berbagai komponen seperti instrumen pembayaran (tunai dan non tunai), bank, lembaga kliring dan setelmen, infrastruktur dan sistem hukum.<sup>1</sup> Dalam Undang-undang No. 23 tahun 1999 BI pasal 1 poin ke 6 dijelaskan bahwa : Sistem Pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran harus dapat menjamin terlaksananya perpindahan uang masyarakat secara efisien dan aman sehingga dapat menjamin kenyamanan dalam

---

<sup>1</sup>. Bambang Pramono,dkk." *DampakPembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian dan kebijakan Moneter*". hlm: 9

melakukan setiap transaksi yang dilakukan dalam kegiatan ekonomi.

Sistem pembayaran dijelaskan sebagai sesuatu yang penting karena membentuk spesialisasi yang terjadi dalam produksi dan membantu menciptakan transaksi yang efisien. Dalam praktiknya, kegiatan sistem pembayaran melibatkan berbagai lembaga yang berperan sebagai penyelenggara jasa. Secara garis besar, sistem pembayaran dibagi menjadi dua jenis yaitu sistem pembayaran bernilai besar (*Large Value Payment System*) dan sistem pembayaran retail (*Retail Payment System*).

Sistem pembayaran di Indonesia yang semakin berkembang dengan berbagai teknologi, terbagi atas dua kategori yaitu sistem pembayaran dengan kategori secara tunai dan non tunai. Sistem Pembayaran tunai merupakan pembayaran yang umum dilakukan di Indonesia. Pembayaran tunai lebih banyak menggunakan uang kartal baik berupa kertas dan logam sebagai alat pembayaran. Sementara itu, pembayaran non tunai adalah sistem pembayaran dengan menggunakan berbagai macam

instrumen yang lebih mudah dan fleksibel.<sup>2</sup> Dalam sebuah sistem pembayaran di Indonesia yang menjadi tanggung jawab bagi Bank Indonesia, Sebuah sistem pembayaran harus mengacu pada empat prinsip kebijakan sistem pembayaran, yakni keamanan, efisiensi, kesetaraan akses dan perlindungan konsumen.<sup>3</sup>

### 2.1.2 Pembayaran Elektronik

Salah satu sistem yang berkembang di Indonesia adalah Sistem pembayaran elektronik. Sistem pembayaran elektronik adalah sistem pembayaran alternatif yang memudahkan konsumen melakukan pembayaran melalui jaringan atau internet. Dalam sistem pembayaran elektronik, semua data pembayaran terdigitalisasi. Ada dua jenis sistem pembayaran dalam sistem pembayaran elektronik, yaitu : *electronic cash/e-cash (token-based system)* dan *credit/debit system (account-*

---

<sup>2</sup>. Bambang Pramono, dkk. "Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian dan Kebijakan Moneter", hlm : 13

<sup>3</sup>. <http://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/contents/Default.aspx>, diakses : Sabtu,02-06-2018 ,12:03

*based system*). *cash/e-cash (token-based system)* adalah transaksi seperti layaknya pembayaran tunai secara fisik yang merepresen tasikan nilai pembayaran. Sementara, *credit/ debit system (account-based system)* adalah transaksi berupa “pesan” untuk mentransfer pem bayaran (tidak merepresentasikan secara lang sung nilai pembayaran).<sup>4</sup>

*Elektronic payment system* juga di definisikan pula sebagai layanan perbankan modern dengan memanfaatkan teknologi yang dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan tepat, cepat, dan akurat, sehingga akhirnya dapat meningkatkan produktifitas. Didalam aktivitas kegiatan transaksi telah diatur dalam Al-Qur’an, khususnya :

1. QS. Al- Baqarah ayat 283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهٌ مَّقْبُوضَةٌ  
فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَهُ وَلْيَتَّقِ

---

<sup>4</sup> . claron on wordpress ,” *sistem pembayaran elektronik*” <https://claronwordpress.wordpress.com/2013/01/13/sistem-pembayaran-elektronik/>, diakses pada:07 maret 2018.

اللَّهُ رَبُّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آتِمٌ قَلْبُهُ  
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

*“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermua’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. Al- Baqarah ayat 283)*

Dari ayat di atas dalam Jenis transaksi non-tunai di deskripsikan oleh Al-Quran dengan cermat guna mempermudah muamalah yang ingin kita jalankan, Ada pesan moral yang dapat diambil dari ayat di atas, bahwasanya setiap kali Allah menerangkan sesuatu yang berkenaan dengan muamalah di akhir ayat selalu berbunyi bahwa sifat Allah sebagai tolok-ukur dari setiap apa yang mereka kerjakan, seperti yang kita ketahui bahwa

ekonomi islam di bangun atas pondasi Tauhid yang mana dasar dari setiap gerak-gerik di setiap muamalah merujuk kepada Allah.

### **2.1.3 E-money dalam Prespektif Islam**

#### **A. Elektronik money dalam perspektif Maqashid Syariah**

Uang elektronik muncul sebagai instrumen pembayaran mikro yang mampu melakukan proses pembayaran secara lebih cepat, mudah, efisien, dan aman. Penelitian Afif Muamar, terkait dengan *electronics money* dalam prespektif *Maqashid Syariah*, menyebutkan secara umum uang elektronik telah sesuai dengan prinsip *Maqashid Syariah*. Kesesuaian uang elektronik di dapat dengan terpenuhinya prinsip dari pemeliharaan harta dan kemaslahatan .

Menurut *Bank for International Settlement*(BIS ,1996) mendefinisikan uang elektronik sebagai “*stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a costumer is stored on an elektronik device in the costumer’s possession*”. Selain itu, menurut Bank Indonesia, “Uang elektronik adalah alat

pembayaran yang memenuhi unsur-unsur, yakni di terbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang di simpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan”.<sup>5</sup>

Dengan kedua pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa uang elektronik adalah alat pembayaran yang berbentuk elektronik yang nilai uangnya sesuai dengan nilai uang yang disetor kan kepada penerbit atau agen-agen penerbit yang kemudian nilai uang tersebut di masukan dalam media elektronik yang berupa chip atau media server. Uang elektronik dalam prespektif *Maqasid*

---

<sup>5</sup> . Bank Indonesia,” Peraturan Bank Indonesia Nomer 11 tahun 2014 tentang uang elektronik”. Jakarta : Bank Indonesia (2014). hlm : 4

syariah, menunjukkan beberapa prinsip yang sesuai dengan prinsip *Maqasid Syariah*, di antaranya :<sup>6</sup>

- a) *E- money* memiliki prinsip Menjaga Harta  
Tentang uang elektronik begitu erat kaitannya dengan harta, uang pada dasarnya merupakan harta benda manusia. Harta merupakan salah satu kebutuhan inti dalam kehidupan, di mana manusia tidak akan bisa terpisah darinya. Allah SWT berfirman dalam QS.Al-Kahf (18): 46 yang artinya:

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ  
عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا ٤٦

*“Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan”.*

Kesesuaian uang elektronik dengan prinsip menjaga harta (حفظ المال) dalam *maqashid syariah* dapat dibuktikan dengan beberapa uraian, yang diantaranya :

---

<sup>6</sup> . Afifi Muamar, Ari Salman Al Parisi” Electronics money (e-money) dalam perspektif Maqashid Syariah”, dalam *Journal of Islamic Economics Lariba* , vol. 3, 29 Desember 2017 hlm: 79-81

- a) Pertama, dalam keamanan uang elektronik terjamin
  - b) Kedua, kehalalan uang elektronik terjamin (terhindar dari transaksi ribawi)
  - c) Ketiga, uang elektronik tidak menyebabkan pengeluaran yang berlebihan
- b) *E-money* memiliki sisi *Maslahat* (kepuasan dalam ekonomi islam)

Dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 10/16/PBI/2008, Terkait Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/19/PBI /2007 Tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Menghimpun Dana Dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah di jelaskan bahwa kemaslahatn (*Maslahah*) harus memenuhi tiga unsur yakni kepatuhan Syaria'ah (*Halal*), bermanfaat dan memberikan manfaat (*thoyib*), dan tidak menimbulkan kemadharatan (Bank Indonesia, 2009). Adapun kemaslahatan dalam uang elektronik (*E-Money*), dapat dilihat dari keunggulan-keunggulan uang elektronik yang diantaranya, elektronik *money* memiliki keunggulan kecepatan dalam mekanisme transak

si, keunggulan dalam kelebihan kemudahan dan lam bertransaksi dan lebih efisien .

## **B. Prinsip-prinsip Syariah dalam Transaksi Uang Elektronik**

Peraturan Bank Indonesia No.7/46/PBI/2005, tentang akad penghimpunan dan penyaluran dana yang melaksanakan usaha berdasarkan prinsip syariah, pasal 2 ayat 3 menjelaskan bahwa prinsip transaksi dalam islam adalah :

1. Tidak mengandung *Maysir* (unsur perjudian, untung-untungan atau spekulatif yang tinggi) Penyelenggaraan uang elektronik harus didasarkan oleh adanya kebutuhan transaksi secara lebih cepat dan efisien, tidak untuk transaksi yang mengandung *maysir*.

2. Tidak menimbulkan riba

Transaksi uang elektronik merupakan transaksi tukar menukar atau jual beli barang ribawi , yaitu antara nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik dalam bentuk rupiah. Pertukaran antar

nilai uang tunai dengan nilai uang elektronik harus sama jumlahnya (*tamatsul*) baik kualitas maupun kuantitasnya.

3. Tidak mendorong *israf* (pengeluaran yang berlebih)

Dalam konsumsi dilakukan pembatasan jumlah nilai uang elektronik serta batas paling banyak total nilai transaksi uang elektronik dalam periode tertentu, sebagaimana firman Allah SWT, Yang artinya :

كُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ  
الْمُسْرِفِينَ

*Makan dan minumlah kalian dan jangan berlebih-lebihan, sesungguhnya (Dia) tidak mencintai orang-orang yang berlebih-lebihan (Qs. Al-A'raf/07:31)*

4. Tidak digunakan untuk transaksi objek Haram dan Maksiat.

#### **2.1.4 E-toll Card**

*E-Toll Card* adalah kartu prabayar *contactless smartcard* yang diterbitkan oleh Bank

Mandiri yang bekerjasama dengan operator Tol, seperti Jasa Marga, Cipta Marga Nusaphala Persada, Marga Mandala Sakti dan Jalan Tol Lingkar Luar Jakarta (JLJ).<sup>7</sup> Fitur yang dimiliki *E-Toll Card* adalah :

- a) Dapat digunakan sebagai pengganti uang *cash* untuk transaksi pembayaran tol,
- b) kartu dapat dipindahkan,
- c) saldo terdapat dikartu,
- d) saldo dapat di isi ulang
- e) Dapat digunakan untuk transaksi di luar merchant tol.

Penelitian Friska, 2012 dalam “ Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut *E-toll Card* dengan *Conjoint Analysis*”, menerangkan terkait analisis atribut yang dapat digunakan dalam penentuan preferensi dari seorang konsumen dalam menggunakan atribut dari produk *e-toll card*, adalah terkait dengan atribut-atribut sebagaimana berikut :

---

<sup>7</sup> <https://www.Bankmandiri.co.id>, diakses : 3 Maret 2018, 18:38 WIB

- 1) saldo minimum kartu : Atribut dengan ukuran saldo minimum yang tersimpan di dalam kartu
- 2) jaminan kehilangan : jika terjadi kehilangan kartu, dapat dilakukan blok terhadap akses penggunaan kartu
- 3) Bonus diskon untuk pemegang kartu : Bonus diskon berupa potongan harga yang dapat dinikmati oleh pemegang kartu
- 4) Transfer antar kartu : melakukan kegiatan transaksi transfer saldo antar kartu
- 5) Dapat digunakan untuk transportasi umum lainnya
- 6) Struktur harga : struktur pengurangan saldo yang terdapat didalam *smart card*.

Dikemudian atribut di atas dikembangkan untuk mengukur preferensi masyarakat Indonesia terhadap produk *E-toll card* yang beredar di

Indonesia dan menghasilkan atribut-atribut dengan level-level *E-toll Card* sebagaimana berikut: <sup>8</sup>

1. Diskon

Besaran potongan harga yang diperoleh konsumen ketika melakukan transaksi di gerbang tol dengan menggunakan *E-Toll Card*

2. Dapat digunakan untuk Transportasi Lain, dapat digunakan sebagai alat pembayaran untuk jenis transportasi lainnya.

3. Jaminan kehilangan

Jika terjadi kehilangan kartu, “ada jaminan terhadap kehilangan kartu”, yang berupa pengambilan sejumlah uang yang ada di dalam kartu oleh pihak Bank

4. Transfer saldo antar kartu

5. Warna

Berkaitan dengan desain kartu, dengan pilihan warna yang tersedia

---

<sup>8</sup> .Friska Hotmauli Tampubolon, “*Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut E-toll Card dengan Conjoint Analysis*”, skripsi, Universitas Indonesia, hlm:42-43

## 6. Manfaat Tambahan

Manfaat tambahan dimaksudkan pemilik *E-Toll card* mendapat manfaat lain selain yang disebutkan.

### 2.1.5 Kualitas Produk

#### A. Pengertian kualitas produk

Menurut Kotler dan Keller<sup>9</sup>, Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Perencanaan produk yang dihasilkan harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu produk yang dihasilkan harus mencerminkan kualitas yang baik. Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen.<sup>10</sup> Sedangkan pendapat lain menurut kotler dan Amstrong produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, di beli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat

---

<sup>9</sup>. Kotler dan Keller. " *Manajemen Pemasaran* ". Jakarta : Erlangga , hlm : 230

<sup>10</sup>. Lupiyoadi, " *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2* ", Salemba Empat. Jakarta, 2009 hlm :29

memuaskan keinginan dan kebutuhan meliputi objek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan ide.<sup>11</sup>

Unsur-unsur atribut pada suatu produk menurut (Kotler dan Keller, 2008), dapat dijelaskan sebagaimana berikut:

- a) Kualitas produk, adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya;
- b) Fitur produk, yaitu sebuah produk dapat ditawarkan dengan beraneka macam fitur untuk membedakan dari produk pesaing;
- c) Desain produk, yaitu desain atau rancangan yang berbeda dari yang lain sehingga dapat menambah nilai bagi pelanggan;
- d) Merk, adalah sebuah nama, istilah, tanda, lambang, desain atau kombinasi dari semua ini yang menunjukkan identitas pembuat atau penjual produk dan jasa.

Menurut Sviokla<sup>12</sup> dijelaskan pula bahwa kualitas produk memiliki beberapa

---

<sup>11</sup> . Kotler dan Amstrong, " *Prinsip-prinsip Pemasaran* ", Jakarta : Erlangga, 2008. hlm : 253

indikator atau dimensi sebagai penentuan dari baik atau tidaknya suatu kualitas sebuah produk, yang diantaranya adalah:

- a. Kinerja (*performance*), yaitu merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut yang dapat diukur dari aspek-aspek kinerja sebuah produk :
- b. Keragaman produk (*features*), yaitu diukur secara subjektif oleh masing-masing individu;
- c. Kemampuan pelayanan (*serviceability*), yaitu kemampuan pelayanan suatu produk menghasilkan suatu kesimpulan akan kualitas produk;
- d. Kesesuaian (*conformance*), yaitu dapat diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan.

Dalam teori lain, dijelaskan oleh Tjiptono, menyebutkan bahwa dimensi dari kualitas produk meliputi, sebagaimana berikut :

---

<sup>12</sup>. Lupiyoadi, “*Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*”, hlm : 176

- a. Kinerja (*performance*), yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli.
- b. Keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan produk
- f. Estetika (*asthetic*), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.

Dari beberapa teori yang disebutkan, kesesuaian teori akan produk untuk menjadi dasar

pengukuran keunggulan lebih merujuk pada teori Tjipono. Bahwa keunggulan suatu produk dapat diukur dengan menggunakan dimensi *performance*, *Feature*, *Reliability*, *conformance*, *Durability*, dan *Asthetic*, dan ditambah dengan satu pengembangan indikator penelitian terhadap kesesuaian sistem transaksi dengan prinsip syariah. Teori ini lebih banyak digunakan dan cenderung lebih tepat bagi penelitian produk yang akan menjadi objek penelitian.

## **2.1.6 Preferensi Konsumen**

### **A. Pengertian Preferensi Konsumen**

Preferensi adalah suatu pilihan suka atau tidak suka yang ditunjukkan seseorang dalam mengonsumsi suatu produk. Menurut Kotler<sup>13</sup> teori preferensi konsumen dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen. Keterkaitan preferensi (*preference relation*) mempunyai peranan penting dalam pilihan konsumen (*consumer's choice*). Keterkaitan

---

<sup>13</sup> .Isnani Nurannisa Fitri, *Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan keputusan pada penggunaan kartu E-money sebagai Alat Transaksi*, (Malang, 2016). hlm: 7

preferensi merupakan diskripsi formal mengenai kemampuan dan kecenderungan pilihan jika konsumen dihadapkan pada suatu pilihan.

Di dalam Islam, Kosumsi adalah memakai suatu produk baik berupa barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan seseorang. Dalam mengkonsumsi suatu produk, seorang konsumen harus memperhatikan batasan-batasannya, artinya sesuai dengan kebutuhan atau tidak berlebih-lebihan. Hal ini sesuai dengan Firman Allah dalam Qs.al-An'am ayat 141:

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ  
وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا أَكْلُهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّانَ مُتَشَبِهًا وَغَيْرَ  
مُتَشَبِهٍ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَءَاتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ  
وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ١٤١

*141. Dan Dialah yang menjadikan kebun-kebon yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon korma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin); dan janganlah kamu*

*berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan (Al-An'am : 141)*

Secara umum preferensi menjadi dasar dalam menentukan minat seseorang untuk mengkonsumsi barang maupun jasa. Didalam penelitian Isnaini tentang Preferensi Konsumen menjelaskan terkait kajian teori Preferensi, ukuran tingkat kepuasan seorang konsumen bukan kardinal. Akan tetapi, kepuasan konsumen diasumsikan mampu menyatakan preferensi masing-masing yang dapat diterima secara logis. Sebuah preferensi konsumen selalu berhubungan erat dengan sebuah kualitas produk. Sehubungan dengan hal tersebut untuk menganalisis kriteria kualitas produk dapat digunakan beberapa dimensi atribut.<sup>14</sup> Dalam penentuan Atribut yang digunakan sebagai indikator dapat disesuaikan dengan tujuan penelitian itu sendiri. Atribut penelitian yang peneliti gunakan didasarkan pada hasil dari penelitian terdahulu dan observasi. Dimensi atribut

---

<sup>14</sup>. Isnani Nurannisa Fitri, “ *Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan pada penggunaan kartu E-money sebagai alat transaksi* “. hlm.6

yang digunakan dalam penelitian berhubungan dengan objek yang akan diteliti.

## **B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen**

Perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh kecerdasan orang tersebut dalam memahami konsep *preference function* (preferensi) dan *utility function* (nilai guna). Dalam perkembangannya, Preferensi seseorang terhadap sebuah komo ditas sangat beragam dan sangat dipengaruhi oleh keyakinan dan pemahaman manusia terhadap kehidupan. Preferensi seorang muslim akan sangat jauh berbeda dengan preferensi seorang non-Muslim, karena ada tiga unsur yang dapat mempengaruhi perilaku seorang konsumen dalam berkonsumsi yaitu :<sup>15</sup>

### 1. Rasionalitas

Secara umum, sering kali diasumsikan bahwa dalam pengambilan keputusan ekonomi, setiap pelaku selalu berfikir,

---

<sup>15</sup> . Abdulkadirarno, *Tinjauan Ekonomi Islam tentang Preferensi* , <http://abdulkadirarno.wordpress.com/2014/0/02/tinjauan-ekonomi-islam-tentang-preferensi -2/>, diakses: sabtu, 14 april 2018, 16:15

bertindak, dan bersikap secara rasional. Terminologi rasionalitas merupakan terminologi yang longgar. Terminologi rasionalitas dibangun atas dasar kaidah-kaidah yang diterima secara universal.

## 2. Kebebasan Ekonomi

Manusia diberi kebebasan untuk mengelola sumber daya ekonomi dan melakukan transaksi perekonomian sesama mereka (*muamalah*).

## 3. Maksimalisasi Nilai Guna (*Utility*)

Dalam prespektif islam, kebutuhan ditentukan oleh konsep masalah. Terkait dengan perilaku mencari masalah, seseorang akan selalu memper timbangkan :

- a) Mashlahah yang lebih besar, lebih disukai dari pada yang lebih sedikit (*monotonicity*)
- b) Mashlahah diupayakan terus meningkat sepanjang Waktu atau *quasiconvaty*

Dalam kajian ekonomi, Preferensi terkait kepuasan, kekuasaan dan kecenderungan individu pada suatu barang atau jasa terdapat empat prinsip pilihan rasional yang digunakan untuk memaksimalkan kepuasan individu (Adiwarman karim, 2010:52) Yaitu :

1. *Completeness*

Setiap individu selalu dapat menentukan keadaan yang lebih disukainya diantara dua keadaan.

2. *Transitivity*

Lebih cenderung kepada untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri individu dalam mengambil keputusan.

3. *Continuity*

Prinsip kekonsistenan konsumen dalam memilih suatu barang yang nanti akan dikonsumsinya.

4. Lebih banyak lebih baik

Prinsip Asumsi yang menyatakan bahwa jumlah kepuasan akan mening

kat jika individu mengkonsumsi lebih banyak barang atau jasa.

## **2.1.7 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen**

### **A. Proses keputusan**

Proses pengambilan keputusan adalah tahap konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya sudah paling baik. Sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai kekuatan kehendak konsumen untuk melakukan pembelian terhadap sebuah produk apabila konsumen memiliki minat untuk membeli produk.<sup>16</sup> Assauri (dalam Sahetapy, 2013:141) menyatakan bahwa: “Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diper oleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya”.

Sementara itu menurut Kotler (2005) menyatakan bahwa:“Keputusan pembelian adalah

---

<sup>16</sup> Philip kotler, A. B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba empat, 2000, h. 251.

suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Dalam pengambilan keputusan konsumen terdapat lima tahapan yaitu:

### Gambar 2.1

#### Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap



Sumber : Setiadi<sup>17</sup>

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Kedua rangsangan tersebutlah yang kemudian juga menjadi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dari seorang konsumen untuk membeli atau menggunakan.

---

<sup>17</sup> Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Bandung: Kencana,2003, h 16.

Salah satu dari proses pengambilan keputusan dari seorang konsumen, Konsumen akan membentuk preferensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan kemudian Konsumen juga memungkinkan untuk menentukan suatu maksud pembelian merek yang paling disukai.

### **Indikator Keputusan Pembelian**

Indikator dari keputusan pembelian (dalam Soewito : 2013) :

- a) Kebutuhan yang dirasakan
- b) Kegiatan sebelum membeli
- c) Perilaku waktu memakai
- d) Perilaku pasca pembelian

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Untuk memudahkan pemahaman konsep penelitian beberapa penelitian terdahulu, yang menjadi dasar literatur peneliti serupa terkait kualitas produk, Preferensi dan Proses Pengambilan Keputusan dapat dilihat sebagai mana tabel berikut :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Peneliti	Judul penelitian	Model Analisis	Hasil penelitian
Kenneth Saudjana (2016)	Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumenten, Harga, Waktu, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Melalui Toko Online	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli melalui toko online.
Septiana Dwi Exmawati (2014)	Pengaruh pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel yang digunakan dalam penelitian memberikan hasil bahwa keunggulan dari suatu kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
Riqqah Balqis Noviar (2015)	Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan	Metode analisis deskriptif dan metode	Konstruk Keputusan pembelian ulang dipengaruhi secara positif dan

	pembelian produk di Waroeng Hotplate odon cabang pemuda Bogor	analisis structural Equation model (SEM)	signifikan oleh kepuasan terkait kualitas produk dan jasa
Isnani Nurannisa Fitri, (2016)	Analisis preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan pada penggunaan kartu E-Money sebagai Alat Transaksi	Analisis Regresi Linear Berganda	Semua faktor preferensi konsumen dapat mempengaruhi pengambilan keputusan penggunaan kartu E-money sebagai Alat Transaksi
Friska Hotmauli Tampubolon(2012)	Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut E-toll Card Dengan Conjoint Analysis	Metode conjoint Analisis	Atribut jaminan kehilangan menjadi prioritas konsumen dalam membeli produk E-toll Card
Aisyah Erinda, Sri kandi Kumadji, dan Sunatri (2016)	Analisis Faktor-Faktor Preferensi Pelanggan dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Terhadap Pelanggan Mc'Danold's di Indonesia dan Malaysia)	Analisis Deskriptif, Analisis faktor dan Regresi Linier Berganda.	Factor-Factor preferensi konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian McDonalds

## **2.3 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah Dugaan sementara yang masih lemah dan masih perlu dibuktikan kebenarannya. Terkait dengan Variabel-variabel yang telah di jelaskan di awal. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat dijelaskan antar variabel. Berikut adalah uraian Hipotesis sementara yang dapat dijelaskan :

### **2.3.1 Kepuasan kualitas Produk**

Produk merupakan sesuatu yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan konsumen, sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan. Kualitas produk menjadikan ukuran minat konsumen dalam hal memilih suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya. Keunggulan suatu produk meningkatkan minat konsumen dalam mengkonsumsi sebuah produk. Semakin besar tingkat kepuasan konsumen akan kualitas sebuah produk maka akan semakin besar minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Penelitian Bayu Sutrisna Aria Sejati , Variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Starbucks Coffee Cabang Galaxy Mall Surabaya. Hasil ini menunjukkan semakin baik kualitas produk dari Starbucks, maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Purwati (2012) dan Puspita (2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki dampak yang signifikan pada keputusan pembelian. Kualitas dari sebuah produk selalu berhubungan erat dengan ukuran kepuasan dari seorang konsumen yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli .

Hasil penelitian Muslikhatun (2015), Pengaruh Keunggulan produk terhadap keputusan keanggotaan dalam menggunakan produk simpanan suka rela lancar di BMT Puspa Bulu Semarang, juga menunjukkan hasil keunggulan kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan anggota dalam menggunakan produk SIRELA di BMT Puspa

Bulu Semarang. Semakin baik kualitas keunggulan produk maka semakin banyak pula anggota yang memutuskan untuk menggunakan produk Simpanan Sukarela Lancar di BMT Puspa Bulu Semarang. Kualitas produk adalah Superioritas atau pembedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran kom petitor untuk menarik minat konsumen. Hipotesis yang dapat dikembangkan dari pemaparan teori, literatur penelitian hasil terdahulu, dan rumusan masalah penelitian yang telah disampaikan diawal, maka dapat peneliti simpulkan hipotesis sementara adalah bahwa kepuasan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen :

**H<sub>1</sub>** : kepuasan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen.

### 2.3.2 Preferensi Konsumen

keterkaitan preferensi mempunyai peranan penting dalam pilihan konsumen

(*consumer's choice*). Preferensi individu biasanya dirumuskan dengan menggunakan konsep utilitas. Preferensi konsumen terjadi karena adanya kepuasan atau manfaat yang lebih besar dari pada komoditi lainnya. Para ekonomi mengasumsikan bahwa apabila terdapat beberapa pilihan kemungkinan, maka individu akan memilih salah satu, yang dimana dapat menghasilkan utilitas tertinggi (Nicholson, 2002). Pengertian preferensi pelanggan sering diberi batasan sebagai aktivitas manusia untuk terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang atau pun jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan.

Penelitian Isnani (2016) hasil penelitian menyebutkan berdasarkan pada seluruh penghitungan dapat disimpulkan, peningkatan preferensi konsumen akan mempengaruhi minat pengambilan keputusan konsumen dalam penggunaan *e-money*. Itu artinya preferensi konsumen terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam minat beli atau pakai. Penelitian sejenis

memberikan hasil yang sama, Fitri Handayani (2016). Preferensi masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan minat masyarakat dalam penggunaan *E-money* di Yogyakarta. Dalam penelitian tersebut potensi preferensi diukur dengan berbagai instrumen. Beberapa penelitian tersebut menjadi penguat dugaan sementara yang akan peneliti gunakan. Semakin tinggi Preferensi konsumen akan suatu produk atau jasa maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat dalam pengambilan keputusan untuk membeli ataupun memakai produk yang ditawarkan. Maka peneliti dapat menarik simpulan hipotesis sementara terkait pengaruh variabel preferensi konsumen sebagaimana berikut :

**H<sub>2</sub>** : Preferensi Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen

Sehingga dapat di ambil untuk Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>0</sub>** : Tidak ada Pengaruh Positif dan signifikan antara variabel kualitas

Produk dan Preferensi Konsumen dengan proses pengambilan Keputusan.

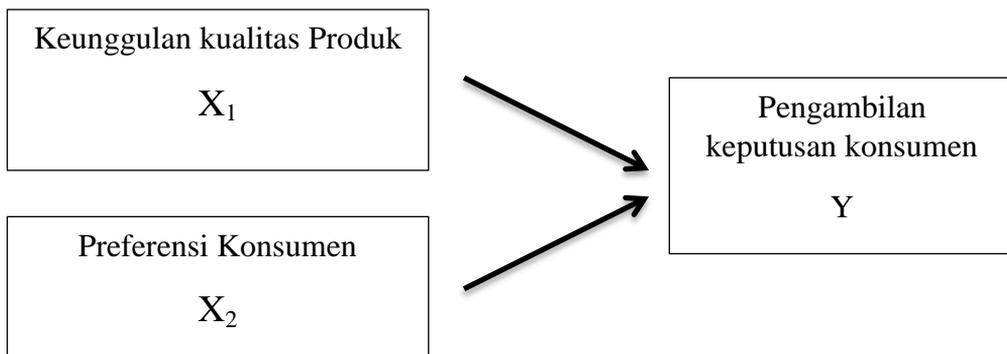
**H<sub>1</sub>** : Kepuasan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen.

**H<sub>2</sub>** : Preferensi Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen.

#### **2.4 Kerangka Pemikiran Teoritik**

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya kerangka pemikiran teoritik yang menjadi landasan dalam penelitian , yang bertujuan untuk menemukan kebenaran suatu penelitian mengenai pengaruh keunggulan produk dan preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan pada penggunaan Kartu *E-toll* sebagai alat transaksi dalam kebijakan pembayaran non tunai, sehingga dapat digambarkan dalam penelitian ini sebagaimana berikut:

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Teoritik**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.1.1 Jenis penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.<sup>1</sup> Dalam pendekatan kuantitatif, hakikat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.<sup>2</sup>

Pemilihan jenis penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis yang menjelaskan tentang pengaruh antara fenomena sosial yang terjadi. Pengujian tersebut dimaksudkan untuk mengetahui apakah teori atau hipotesis yang ditetapkan di dukung oleh kenyataan atau bukti-bukti empiris atau tidak, bila bukti-bukti yang dikumpulkan

---

<sup>1</sup> Deni Darmawan, “ *Metode Penelitian Kuantitatif*,” (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 37

<sup>2</sup> *Ibid*, Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 130.

mendukung, maka teori atau hipotesis tersebut dapat diterima atau sebaliknya, jika tidak mendukung maka tertolak dan perlu diadakan kajian kembali. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh dari beberapa variabel. Yaitu Pengaruh dari *Variabel X*, ( $X_1$ ) *kualitas produk*, ( $X_2$ ) *Preferensi Konsumen* dan *Satu Variabel Y* pengambilan Keputusan.

### **3.1.2 Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam penelitian ini, data primer didapat dari hasil pengisian kuisioner.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung biasanya diperoleh dari buku-buku, literatur-literatur yang bersifat meleng

kapi data primer.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini bersumber dari buku-buku, jurnal, skripsi dan data dari internet yang berhubungan dengan perkembangan dan juga informasi terkait budaya *cash less*, *E-toll* dan *preferensi* .

## 3.2 Populasi dan sampel

### 3.1.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti karena di pandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand,2006). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pada usia 17-60 tahun yang pada umumnya sering menggunakan kendaraan roda empat. Target populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah masyarakat luas, yang berusia 18-60 tahun yang pernah menggunakan ruas jalan tol, dan sering menggunakan produk *e-toll*. Pemilihan populasi dilakukan berdasarkan dengan kriteria pemilihan usia, dimaksudkan untuk

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 309.

bisa mendapatkan sampel yang *Representatif*, memberikan jawaban yang mewakili dari opini kepuasan dari setiap umur atau kalangan.

### 3.1.2 Sampel

Penentuan sampel responden dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling*, dimana peneliti menggunakan pertimbangan sendiri secara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap sesuai dalam memberikan informasi yang diperlukan atau unit sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu yang diinginkan peneliti.

Dalam menentukan sampel yang akan diambil, peneliti melakukannya secara *accidental*. *Accidental* adalah pemilihan responden yang dilakukan secara kebetulan pada orang-orang yang ditemui peneliti. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan

beberapa metode, antara lain dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\eta = \frac{Z^2}{4 (moe)^2}$$

keterangan : n = jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel

*Moe* = *margin of error*

Rumus tersebut digunakan apabila populasi berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui (Widyanto,2008). Dari rumus diatas dapat dijelaskan bahwa, peneliti bisa memberikan gambaran pada tingkat kesalahan yang ditetapkan sebesar 10%, dan nilai Z sebesar 1,95 dengan tingkat kepercayaan 95%, sehingga dapat ditemukan dengan rumus tersebut sampel yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

$$\eta = \frac{Z^2}{4 (moe)^2}$$

$$\eta = \frac{1,95^2}{4 (0,01)^2}$$

$$= (1,95)^2 / 4 (0,01)^2 = 95,04$$

Maka, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sekitar 95 orang.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data-data lapangan penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### **3.3.1 Kuisisioner atau angket**

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik pengumpulan data seperti ini cocok digunakan untuk jumlah responden yang cukup besar atau tersebar di wilayah yang luas.<sup>4</sup>

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala *likert* 5. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:

---

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&G*, Bandung:CV. Alfabeta, 2008, h .119.

**Tabel 3.1**  
**Alternatif Jawaban**

<b>Jawaban</b>	<b>Sekor atau Nilai</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber Data: Sugiono, 2010.

### 3.3.2 Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.<sup>5</sup>

### 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut.<sup>6</sup> Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen), definisi operasional untuk masing-

---

<sup>5</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006, h 231.

<sup>6</sup> Husein Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT Gramedia PustakaUtama. 2002, hlm. 47

masing variabel dan indikatornya adalah sebagaimana berikut:

### 3.4.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen<sup>7</sup>.

Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah :

1. ( $X_1$ ) keunggulan kualitas produk dengan atribut sebagai mana berikut :
  - a. *Performace produc* (Kinerja produk)
  - b. *Feature produc* (Keistimewaan Tambahan produk)
  - c. *Realibility produc* (keandalan produk )
  - d. *Conformance produc*(Kesesuain spesifikasi operasi)
  - e. *Durability produc* ( Daya tahan produk)
  - f. *Asthetic* (Estetika)

---

<sup>7</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian...*, hlm. 4.

- g. Kesesuaian produk terhadap prinsip syariah
2. ( $X_2$ ) Preferensi Konsumen ,  
Menggunakan atribut :
- a. Fleksibilitas
  - b. Jaminan keamanan
  - c. Transfer
  - d. Benefit
  - e. Diskon

Untuk lebih jelasnya peneliti membuat tabel definisi operasioanal dan pengukuran sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Variabel , Definisi Operasional, Indikator dan Pengukuran**

Variabel Independen ( $X$ )	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kualitas Produk ( $x_1$ )	Kualitas produk adalah keunggulan dari suatu barang atau benda yang memberikan sebuah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Performance</i></li> <li>• <i>Features</i></li> <li>• <i>Reliability</i></li> <li>• <i>Conformance</i></li> <li>• <i>Durability</i></li> </ul>	Diukur melalui angket dengan menggunakan

	kepuasan bagi konsumen untuk dibandingkan dengan produk lainnya yang dinilai dari beberapa sudut pandang kepuasan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Asthetic</i></li> <li>• <i>Sesuai prinsip Syariah</i></li> </ul>	an skala likerd
Preferensi Konsumen ( $X_2$ )	Diskripsi Formal mengenai ukuran kemampuan & kecenderungan produk yang dihadapkan pada sebuah pilihan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fleksibel</li> <li>• Jaminan</li> <li>• Transfer</li> <li>• Benefit</li> <li>• Diskon</li> </ul>	Diukur melalui angket dengan menggunakan an skala likerd
Pengambilan keputusan ( $Y$ )	Tindakan konsumen Untuk mau menggunakan atau tidak terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, yang umumnya diukur atas beberapa uraian.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengenalan masalah</li> <li>• Pencarian Informasi</li> <li>• Penilaian alternatif</li> <li>• Keputusan pembelian</li> <li>• Perilaku setelah membeli</li> </ul>	Diukur melalui angket dengan menggunakan an skala likerd

### **3.5 Teknik Analisis Data**

#### **3.5.1 Analisis kuantitatif**

Beberapa metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Metode Analisis Kuantitatif**

Merupakan metode untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis dan data yang diperoleh melalui uji statistik. Untuk keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian dari setiap pertanyaan berdasarkan skala Linkert. Skor yang digunakan adalah 5-4-3-2-1 berupa pernyataan positif (Sangat setuju/ Setuju/ Ragu-ragu / Tidak setuju/ Sangat tidak setuju).

##### **2. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubu

ngan kausal antara dua atau lebih variabel bebas  $X_1, X_2, \dots, X_n$  terhadap satu variabel terikat  $Y$ .<sup>8</sup> Dengan pengaruh keunggulan kualitas produk ( $x_1$ ) dan preferensi konsumen ( $X_2$ ) sebagai variabel independen (bebas) dan pengambilan keputusan sebagai variabel dependen (terikat) maka persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut<sup>9</sup>:

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

$Y$  : Keputusan Konsumen

$a$  : Nilai Konstanta

$b_1, b_2$  : Variabel Independent

$X_1$  : kualitas Produk (*product*)

$X_2$  : preferensi konsumen

$e$  : Standar *error*

---

<sup>8</sup> Sambas Ali Muhidin dkk, *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia Bandung, 2007, h.198.

<sup>9</sup> Toni wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009, h.91.

### 3.5.2 Uji Instrumen

#### 3.5.2.1 Uji Validitas

Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk (*Construct Validity*). Validitas konstruk merupakan yang terluas cakupannya dibandingkan dengan validitas lainnya, karena melibatkan banyak prosedur termasuk validitas isi dan validitas kriteria.

Uji Validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Dengan cara membandingkan Hasil  $r$  hitung dengan  $r$  tabel di mana  $df=n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r$  tabel  $<$   $r$  hitung maka valid.

#### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Instrument reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa

kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel.<sup>10</sup> Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan nilai *Alpha Cronbach*.

### **3.5.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.5.3.1 Uji Normalitas**

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah yang residual datanya berdistribusi normal. Jika residual data tidak terdistribusi normal maka kesimpulan statistik menjadi tidak valid atau bias. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal ataukah tidak yaitu dengan

---

<sup>10</sup> Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: IKAPI, 2014, h. 348-349.

melihat grafik normal probability plot dan uji statistik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.<sup>11</sup>

- a. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi)  $> 0,05$
- b. Data tidak berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi)  $< 0,05$

### 3.5.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau

---

<sup>11</sup> Hengky Latan, Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung:Alfabeta, 2013, h. 56

tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:<sup>12</sup>

- a) Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variable –variabel Independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi, maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas. Multikolonieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- c) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawanya

---

<sup>12</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis multivariate dengan program SPSS*, Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2005, h.91.

(2) variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$  ) Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai toleran  $ce < 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ .

#### 3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variace dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variace dari residul satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas yang tidak terjadi Heteroskedas tisisitas.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi.....*h.105

- a. Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai T hitung lebih besar dari T tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- b. Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai T hitung lebih besar dari T tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

### **3.5.4 Uji Hipotesis**

#### **3.5.4.1 Uji Pengaruh Silmultan (F test)**

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

#### **3.5.4.2 Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-

variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.<sup>14</sup>

#### 3.5.4.3 Uji Parsial (t test)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi.....*h. 87

<sup>15</sup> .Imam Ghazali, *Aplikasi...* h.127

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 4.1.1 Sejarah latarbelakangi dikeluarnya *E-toll card*

*E-toll card* adalah kartu elektronik yang digunakan untuk membayar biaya masuk jalan tol disebagian daerah Indonesia. Penggunaan produk *e-toll* dapat digunakan untuk mengurangi biaya operasional, karena hanya diperlukan biaya untuk mengumpulkan, menyetor, dan memindahkan uang tunai dari dan ke bank. Selain menjadi langkah awal dalam modernisasi pengumpulan uang, penggunaan *e-toll* juga dimaksudkan untuk mengurangi pelanggaran (*moral hazard*) yang disebabkan karena petugas tol tidak menerima pembayaran secara langsung.

Kebijakan dikeluarkannya *E-toll card* adalah dilatar belakangi dengan maksud meningkatkan kerja sama dan koordinasi antara Bank Indonesia (BI) dan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) secara terpadu untuk mengoptimalkan tugas BI dan

Kementrian PUPR, beberapa cakupan kesepakatan menjadi latar belakang sejarah terwujudnya inovasi *e-toll*, yang mana kesepakatan tersebut menyatakan bahwa Program transaksi non tunai di jalan tol adalah merupakan bagian dari Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT), Fasilitas pembiayaan infrastruktur, dan Kajian ekonomi dan moneter pembangunan infrastruktur.

Transaksi Non Tunai Jalan Tol tertuang juga dalam Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat No 16/PRT/M/2017, tentang Transaksi Non Tunai di Jalan Tol. Di nyatakan Pasal 6 ayat 1 butir a bahwa : “Penerapan transaksi tol non tunai di jalan tol dilakukan dengan tahapan : Penerapan transaksi tol Non Tunai sepenuhnya di seluruh jalan tol per 31 Oktober 2017” dan pasal 6 ayat 3, butir b : “Peningkatan proporsi gardu tidak terima tunai paling sedikit 60% terhadap total jumlah gardu paling lambat bulan September 2017”. Perseroan sangat mendukung program ini dikarenakan terdapat banyak manfaat dilihat dari beberapa sisi. Produk E-toll dikeluarkan oleh PT Jasa

Marga yang berkerjasama dengan Tbk, PT Citra Marga Nusaphala Persada Tbk, Bank Mandiri, dan PT Marga Mandala Sakti Pada tahap awal di tahun Januari 2009, *E-toll* dikeluarkan demi tercapainya transaksi yang efisien dan mengurangi kemacetan.<sup>1</sup>

#### 4.1.2 Fasilitas dan Manfaat *E-toll card*

Kartu *e-toll* adalah kartu prabyar *contactless/nirsentuh* yang diterbitkan oleh Bank mandiri. Manfaat dan pelayanan yang ditawarkan antara lain adalah sebagaimana berikut:<sup>2</sup>

Gambar 4.1



Sumber : [www.jasamarga.com](http://www.jasamarga.com)

A. Bagi pemegang kartu :

1. Sebagai pengganti uang tunai

---

<sup>1</sup> .Annual Repot PT.Jasa Marga (Persero) Tbk.2017

<sup>2</sup> <http://www.jasamarga.com>

2. Memberikan transaksi pembayaran tol lebih cepat dibandingkan dengan menggunakan *cash*.
3. Dapat digunakan untuk transaksi diluar merchant tol (indomaret, SPBU, beberapa merchant F&B,dsb)
4. *E-toll card* tidak memiliki *expired date* (akan tetapi apabila dalam jangka waktu 12 bulan kartu tidak digunakan untuk transaksi isi ulang ataupun pembayaran /*purshase*,maka pemegang kartu akan dikenakan biaya administrasi Rp.10.000 (dapat berubah sesuai ketentuan yang berlaku) pada saat pengaktifan kembali dan kartu tetap digunakan)
5. Tidak ada minimum transaksi untuk pembelian dengan kartu *e-toll card*.

B. Bagi Negara:

- 1) Hemat Energi
- 2) Hemat Biaya (biaya produksi instrument non tunai dengan biaya pencetakan, peredaran serta pengelolaan uang tunai)

- 3) Pencatatan transaksi secara otomatis sehingga memudahkan dalam menghitung aktivitas ekonomi.
- 4) meningkatkan sirkulasi uang dalam perekonomian (*velocity of money*)

#### C. Badan Usaha Jalan Tol:

- 1) Meminimalisir biaya penyediaan uang kembalian dan *cash handling*
- 2) Keamanan Pendapatan Tol
- 3) Meminimalkan potensi adanya alat pembayaran tol yang diragukan keasliannya
- 4) Peningkatan Kualitas SDM Operasional (peningkatan kualitas kesehatan pengumpul tol)
- 5) Meningkatkan kapasitas transaksi tanpa harus menambah titik transaksi
- 6) Efisiensi biaya pengumpul tol

#### 4.1.3 Tujuan

Tujuan dari dikeluarkannya produk inovasi *E-toll card* adalah Untuk mengurangi kemacetan di jalan tol, memudahkan para pengguna jalan tol agar tidak perlu repot membayar dengan uang tunai seperti yang biasa dilakukan, melainkan

hanya menggunakan sistem *Touch&Pass dan Hi-Pass*. Dengan sistem *Touch & Pass* pemilik kartu hanya perlu menyentuh kartunya pada tempat sensor kartu yang telah disediakan pada setiap gerbang tol. Hasil sensor tersebut akan secara otomatis langsung memotong nilai debit pada rekening bank *E-Toll*, sehingga pemilik kartu tidak perlu repot mengeluarkan uang tunai dan menunggu kembalian pembayaran.

#### **4.1.4 Kelebihan dan kekurangan *E-toll card***

Dari data yang peneliti dapat dan juga wawancara dengan konsumen yang telah menggunakan produk terkait dengan kelebihan dan juga kekurangan dari produk tersebut, produk dapat memberikan :

##### **a) Kelebihan *E-toll card***

- 1) Memberikan kecepatan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi pembayaran.
- 2) Waktu transaksi di gardu tol akan lebih cepat dan efisien , Hanya perlu menggunakan waktu kurang lebih 4 (empat) detik.
- 3) Tidak harus berinteraksi dengan petugas tol.

- 4) Tidak perlu menghentikan mobil pada saat melakukan transaksi pembayaran tarif tol dengan *e-Toll Card*.
- 5) Dapat mempercepat pembayaran dan mempersingkat waktu, sehingga antrian panjang disekitar gerbang tol tidak terjadi

**b) Kekurangan sistem *E-toll card***

- 1) Susah melakukan *top up* (pengisian saldo)
- 2) Batas waktu transaksi yang terlalu sedikit (*time limit*)
- 3) Slow Respons mesin di gerbang tol.<sup>3</sup>

## **4.2 Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristi Responden**

### **4.2.1 Deskriptif Data Penelitian**

Data penelitian yang terkumpul dan digunakan sebagai olah data dalam penelitian ini, peneliti peroleh dengan cara membagikan kuisisioner secara langsung kepada responden yang ditemui dan juga menyebarkannya secara Masal sesaat ketika arus mudik kendaraan berlaju digerbang tol sedang mengalami peningkatan.

---

<sup>3</sup>.Hasil wawancara dengan konsumen pengguna e-toll card , 16 juni 2018, Pukul 09.15

Kuesioner yang peneliti buat disebarakan kepada para responden yang merupakan pelintas jalan tol, yang tentunya adalah para konsumen pengguna produk *E-toll card* yang memiliki frekuensi penggunaan masing-masing. Lebih jelasnya penyebaran kuesioner ini dilakukan mulai tanggal 15 juni s/d 27 juni 2018, dengan pengambilan responden pertama sejumlah 95 Responden sesuai dengan perumusan sampel yang peneliti tentukan diawal, dengan pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dan melakukan penyebaran secara *accidental*.

Diketahui bahwa populasi dari pengguna *e-toll card* termasuk dalam katagori populasi dengan ukuran yang cukup besar dan juga jumlah pengguna tidak diketahui, dalam pengolahan data penelitian peneliti menemukan kendala sejumlah sampel yang tidak representatif. sehingga kemudian peneliti melakukan penambahan sejumlah responden dengan langkah membuang beberapa kuesioner kemudian mengganti dan juga menambahkan beberapa kuesioner baru

sehingga kemudian syarat pengolahan data pada alat analisis SPSS Versi 23.0 sampel dapat dilakukan dan terpenuhi dengan sampel baru yang peneliti ambil sebanyak 100 responden.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data berdasarkan kriteria usia, jenis kelamin, pekerjaan, agama dan frekuensi penggunaan. Adapun kriteria tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

##### 1. Usia

Adapun data mengenai usia responden melalui penyebaran questioner yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagaimana tabel berikut ini:

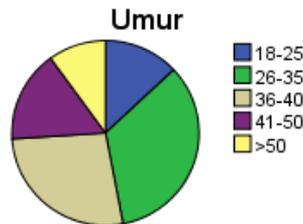
**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan**

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	13	13,0	13,0	13,0
	26-35	34	34,0	34,0	47,0
	36-40	27	27,0	27,0	74,0
	41-50	16	16,0	16,0	90,0
	>50	10	10,0	10,0	100,0

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar pengguna dari kartu *e-toll card* yang diambil sebagai sampel responden memberikan informasi bahwa responden berkisar usia 18-25 tahun sebanyak 13 pengguna, responden berusia 26-35 tahun sebanyak 34 pengguna, responden berusia 36-40 tahun sebanyak 27 pengguna, responden berusia 41-50 tahun sebanyak 16 pengguna, dan responden berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 10 pasien, sehingga dalam penelitian ini lebih banyak didominasi oleh responden pengguna kartu pada usia kisaran 26-35 dengan jumlah 34 pengguna. Untuk, mempermudah dan memper jelas, berikut gambaran porsi dari karakteristik respon den dilihat dari usia yang dapat peneliti peroleh :

Gambar 4.2



## 2. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari konsumen pengguna kartu e-

toll card yang dapat peneliti peroleh dapat dilihat sebagaimana berikut:

**Tabel 4.2**  
**Pengelompokan Responden**

<b>Jenis kelamin</b>					
		Frequ ency	Perce nt	Valid Percent	Cumula tive Percent
Valid	Pria	82	82,0	82,0	82,0
	Wanita	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber :Data primer oleh spss,2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas, maka dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pengguna kartu *e-toll* menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah pria, yaitu sebanyak 82 orang pria, sedangkan sisanya adalah wanita sebanyak 18. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari konsumen yang diambil sebagai responden pengguna *e-toll card* adalah para Pria.

### 3. Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden dari konsumen pengguna kartu *e-toll card* yang dapat peneliti peroleh adalah sebagaimana beriku:

**Tabel 4.3**  
**Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan**

		Freq uenc y	Perce nt	Valid Perce nt	Cumu lative Perce nt
Valid	wiraswasta	51	51,0	51,0	51,0
	PNS	29	29,0	29,0	80,0
	lain-lain	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah SPSS,2018

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas, maka dapat diketahui tentang pekerjaan responden dari pengguna kartu *e-toll* menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah para wiraswasta, yaitu sebanyak 51 responden, dan sebanyak 29 responden berstatus seorang PNS dan 20 orang responden juga berstatus sebagai pekerja lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari konsumen yang diambil sebagai responden

pengguna *e-toll card* adalah para wiraswasta yang pastinya menggunakan akses tol dengan menggunakan kartu pembayaran non tunai.

#### 4. Agama

Adapun data mengenai Agama responden yang peneliti gunakan juga sebagai acuan untuk distribusi kuesioner didapatkan adalah sebagaimana berikut:

**Tabel 4.4**  
**Pengelompokan Responden Berdasarkan**

**Agama**

		Freq uenc y	Perc ent	Valid Perc ent	Cumu lative Perc ent
Valid	muslim/islam	83	83,0	83,0	83,0
	Non muslim	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100, 0	100,0	

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS,2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar responden yang diambil sebagai sampel memberikan informasi bahwa responden dengan agama muslim atau islam lebih

mendominasi, dengan jumlah responden sebanyak 83 responden Muslim, dan sisanya sebanyak 17 responden beragama non muslim.

#### 5. Penggunaan kartu

Adapun data mengenai frekuensi penggunaan kartu e-toll oleh responden yang dapat peneliti peroleh melalui penyebaran kuesionar adalah sebagai mana berikut:

**Tabel 4.5**  
**Pengelompokan Responden**

<b>Penggunaan kartu</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 3 kali	32	32,0	32,0	32,0
	> 3 kali	52	52,0	52,0	84,0
	berulang-ulang	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS,2018

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat kita ketahui sebagian besar

responden yang diambil sebagai sampel penelitian memberikan informasi bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas konsumen menggunakan kartu pada taraf penggunaan lebih dari tiga kali. Dari tabel diatas dijelaskan banyak pengguna kartu *e-toll card* kurang dari tiga kali penggunaan sebanyak 32 responden, lebih dari tiga kali pemakaian sebanyak 52 responden dan yang menyatakan dengan pemakaian untuk berulang-ulang kali sebagai minoritas hanya sebanyak 16 responden.

#### **4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan dua Variabel independent yang digunakan yaitu variabel kualitas Produk dan Preferensi Konsumen dan Proses Pengambilan Keputusan konsumen sebagai variabel terikat (dependen). Data variable -variabel tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

**Tabel 4.6**  
**Hasil skor kuisioner**

Variabel	Item pernyataan	SS	%	S	%	R	%	T	%	S	%
Kualitas Produk X1	Pernyataan 1	24	24%	46	46%	0	0	30	30%	0	0
	Pernyataan 2	9	9%	40	40%	42	42%	9	9%	0	0
	Pernyataan 3	22	22%	56	56%	12	12%	10	10%	0	0
	Pernyataan 4	15	15%	65	65%	11	11%	15	15%	0	0
	Pernyataan 5	0	0%	1	1%	62	62%	34	34%	3	3%
	Pernyataan 6	9	9%	41	41%	41	41%	9	9%	0	0
	Pernyataan 7	0	0%	18	18%	29	29%	38	38%	15	15%
Preferensi Konsumen X2	Pernyataan 8	6	6%	42	42%	16	16%	36	36%	0	0
	Pernyataan 10	6	6%	41	41%	44	44%	9	9%	0	0
	Pernyataan 11	0	0%	1	1%	64	64%	35	35%	0	0
	Pernyataan 12	23	23%	45	45%	0	0	32	32%	0	0

	Pernyataan 13	18	18 %	46	46%	10	10%	21	21%	5	5%
Pengambilan Keputusan Y	Pernyataan 14	27	27 %	45	45%	27	27%	0	0	0	0
	Pernyataan 15	32	32 %	42	42%	20	20%	2	2%	4	4%
	Pernyataan 16	15	15 %	43	43%	27	27%	13	13%	2	2%
	Pernyataan 17	9	9 %	37	37%	39	39%	7	7%	8	8%
	Pernyataan 18	18	18 %	46	46%	27	27%	8	8%	1	1%

Sumber : Data primer yang diolah SPSS 2018

Data pada tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas produk yang diwakili oleh 7 item pernyataan dan Preferensi konsumen yang diwakili dengan 5 item pernyataan dan 5 item pernyataan pengambilan keputusan, sesuai dengan indikator yang dimasukkan dalam penelitian. pembahasan item-item pernyataan tersebut terdiri atas sebagai mana berikut:

### **4.2.3.1 Kualitas Produk**

#### **4.2.3.1.1 *Performance***

Pernyataan pertama, 46% responden menyatakan setuju, 24% responden menyatakan sangat setuju, dan 30% tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden yang menyatakan keraguan tidak memilih setuju ataupun tidak setuju dengan pernyataan bahwa, Produk *e-toll card* adalah produk yang mudah, aman dan menguntungkan.

#### **4.2.3.1.2 *Features***

Pernyataan ke dua, 40% responden menyatakan setuju, 9% responden menyatakan sangat setuju, 42% menyatakan ragu-ragu tidak menyatakan ketidaksetujuan ataupun setuju, dan 9% menyatakan tidak setuju bahwa *e-toll card* memiliki keistimewaan dapat ditransaksikan diluar merchant tol.

#### **4.2.3.1.3 *Reliability***

Pernyataan ke tiga, 56% responden menyatakan setuju, 22% responden menyatakan sangat setuju, 12% menyatakan ragu-ragu tidak menyatakan ketidaksetujuan ataupun setuju, dan

10% menyatakan tidak setuju bahwa *e-toll card* dapat digunakan sebagai alternatif solusi kemacetan di gerbang tol.

#### **4.2.3.1.4** *Conformance*

Pada item Pernyataan ke empat, 65% responden menyatakan setuju, 9% responden menyatakan sangat setuju, 11% menyatakan ragu-ragu tidak menyatakan ketidaksetujuan ataupun setuju, dan 15% menyatakan tidak setuju bahwa *e-toll card* telah sesuai dengan apa yang telah diharapkan.

#### **4.2.3.1.5** *Durability*

Pada item Pernyataan ke lima, 1% responden menyatakan setuju, 0% responden menyatakan sangat setuju, 62% menyatakan ragu-ragu tidak menyatakan ketidaksetujuan ataupun setuju, dan 34% menyatakan tidak setuju, dan 3% responden menyatakan sangat tidak setuju bahwa *e-toll card* telah sesuai dengan apa yang telah diharapkan.

#### **4.2.3.1.6** *Asthetic*

Pada item Pernyataan ke enam, sebanyak 41% responden menyatakan setuju, 9%

menyatakan sangat setuju, dan 41 % responden menyatakan tidak memilih alternatif jawaban setuju ataupun tidak setuju, sisanya 9% responden menyatakan tidak setuju terkait dengan nilai estetika *e-toll card* , bahwa *e-toll card* memiliki desain yang menarik.

#### **4.2.3.1.7 Sesuai Prinsip Syariah**

Pada item pernyataan ke tujuh, sebanyak 18% responden menyatakan setuju, 29% responden menyatakan tidak memilih alter natif jawaban setuju ataupun tidak setuju, sebanyak 38% responden menyatakan tidak setuju, 15% menyatakan sangat tidak setuju dan 0% responden juga tidak memilih alternatif jawaban sangat setuju terkait item pernyataan bahwa transaksi produk *e-toll card* tidak mengandung unsur MAGHRIB dan telah sesuai prinsip transaksi syariah.

#### **4.2.3.2 Preferensi Konsumen**

##### **4.2.3.2.1 Fleksibilitas**

Pada item pertanyaan ke delapan, 42% responden menyatakan setuju, 6% responden menyatakan sangat setuju, 36% menyatakan

tidak setuju, dan 16% responden menyatakan tidak memilih alternatif jawaban setuju ataupun tidak setuju dan jawaban sangat setuju sekali bahwa responden menggunakan kartu *e-toll card* karena dirasa mudah, fleksibel dan tidak rumit.

#### **4.2.3.2.2 Jaminan**

Pada item pertanyaan ke sepuluh, 41% responden menyatakan setuju, 9% menyatakan tidak setuju, 44% responden menyatakan tidak memilih alternatif jawaban setuju ataupun tidak setuju atau memilih keragu-raguan, 6% menyatakan sangat setuju dan 0% adalah hasil dari alternatif jawaban sangat setuju sekali bahwa responden merasakan dalam penggunaan kartu *e-toll* memiliki jaminan kartu yang terbilang aman.

#### **4.2.3.2.3 Transfer antar kartu**

Pada item pernyataan ke sebelas, terkait dengan pernyataan bahwa penggunaan *e-toll card* dapat ditransferkan ke antar kartu, mayoritas responden hanya memilih jawaban, 35% responden menyatakan tidak setuju, 64% menyatakan tidak memilih alternatif jawaban setuju ataupun tidak setuju, dan 1% responden

menyatakan setuju dengan pernyataan yang disajikan, dan sisa jawaban alternatif yang disediakan 0%.

#### **4.2.3.2.4 Benefit**

Pada item pernyataan ke duabelas, 45% responden menyatakan setuju, 32% menyatakan tidak setuju, dan 23% responden menyatakan sangat setuju, dan 0% pada alternatif jawaban lainnya tidak terpilih oleh responden terkait dengan pernyataan yang menjelaskan bahwa menggunakan produk *e-toll card* mampu memberikan banyak keuntungan.

#### **4.2.3.2.5 Diskon**

Pada item pernyataan ke tigabelas, 46% responden menyatakan setuju, 18% menyatakan sangat setuju, 10% responden menyatakan tidak memilih alternatif jawaban setuju ataupun tidak setuju atau ragu-ragu, 21% menyatakan tidak setuju, dan 5% responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan bahwa *e-toll card* sering kali menawarkan penawaran diskon transaksi yang tinggi.

### **4.2.3.3 Keputusan Pembelian**

#### **4.2.3.3.1 Pengenalan Kebutuhan**

Pada item pernyataan keempat belas, bahwa para konsumen menggunakan produk *e-toll card* karena dianggap telah sesuai dengan kebutuhan mereka, responden menjawab dengan berbagai jawaban, 45% responden menyatakan setuju, 28% responden menyatakan sangat setuju, 27% menyatakan responden ragu-ragu tidak memilih alternatif jawaban setuju ataupun tidak setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju terkait dengan pemenuhan kebutuhan konsumen yang menyatakan bahwa produk *e-toll card* telah sesuai dengan kebutuhan mereka.

#### **4.2.3.3.2 Pencarian informasi**

Pada item pernyataan kelima belas yang diajukan, terkait dengan proses pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan produk *e-toll card* setelah mereka mencari informasi dari berbagai alternatif, 42% responden menyatakan setuju, 32% responden menyatakan sangat setuju, 20% menyatakan responden ragu-ragu

tidak memilih alternatif jawaban setuju ataupun tidak setuju, 2% responden menyatakan tidak setuju, dan 4% responden menyatakan sangat tidak setuju terkait dengan pernyataan bahwa mereka menggunakan produk *e-toll card* setelah mereka mencari informasi dari alternatif lain.

#### **4.2.3.3.3 Penilaian Alternatif**

Pada item pernyataan keenam belas yang diajukan, terkait dengan pengambilan keputusan konsumen, dengan keputusan bahwa produk *e-toll card* adalah salah satu alternatif yang sangat tepat, sebanyak 43% responden menyatakan setuju, 15% responden menyatakan sangat setuju, 27% menyatakan responden ragu-ragu tidak memilih alternatif jawaban setuju ataupun tidak setuju, 13% responden menyatakan tidak setuju, dan 2% responden menyatakan sangat tidak setuju.

#### **4.2.3.3.4 Keputusan pembelian**

Pada item pernyataan ketujuh belas yang diajukan, terkait dengan pengambilan keputusan konsumen, bahwa konsumen memutuskan untuk menggunakan produk *e-toll card* dengan suka

rela, sebanyak 37% responden menyatakan setuju, 9% responden menyatakan sangat setuju, 39% menyatakan responden ragu-ragu tidak memilih alternatif jawaban setuju ataupun tidak setuju, 7% responden menyatakan tidak setuju, dan 8% responden menyatakan sangat tidak setuju.

#### **4.2.3.3.5 Perilaku setelah Membeli**

Pada item pernyataan kedelapan belas yang diajukan, terkait dengan Proses pengambilan keputusan konsumen, bahwa konsumen memutuskan untuk menggunakan produk *e-toll card* dan bersedia merekomendasikan kepada konsumen lain, sebanyak 46% responden menyatakan setuju, 18% responden menyatakan sangat setuju, 27% menyatakan responden ragu-ragu tidak memilih alternatif jawaban setuju ataupun tidak setuju, 8% responden menyatakan tidak setuju, dan 1% responden menyatakan sangat tidak setuju.

## 4.2.4 Analisis Data dan Interpretasi Data

### 4.2.4.1 Uji Validitas Instrumen

Uji validitas bertujuan untuk menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, di mana keseluruhan variabel dalam penelitian ini mengandung sejumlah 18 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Adapun kriteria untuk menentukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, tingkat kepercayaan = 95% dengan  $\alpha = 0,05$  atau 5%, derajat kebebasan *degree of freedom* (df) = n- 2 atau sama dengan  $100 - 2 = 98$ , didapat r tabel 0,196. Jika r hitung > r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan dikatakan valid. Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti, maka hasil pengeujian validitas dapat disajikan sebagai berikut ini:

**Tabel 4.7**

### Hasil Uji Validitas variabel X

			Item-Total Statistics		
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	78,03	124,393	,568	0,196	,699

X2	78,18	126,715	,734	0,196	,700
X3	77,77	126,926	,653	0,196	,702
X4	77,99	126,192	,711	0,196	,699
X5	79,06	134,643	,406	0,196	,720
X6	78,17	126,567	,743	0,196	,700
X7	79,17	128,769	,488	0,196	,709
X8	78,49	129,667	,424	0,196	,712
X9	79,40	140,646	-,051	0,196	,738
X10	78,23	133,532	,362	0,196	,719
X11	79,01	134,656	,468	0,196	,720
X12	78,08	132,923	,224	0,196	,724
X13	78,16	128,196	,410	0,196	,711

α

asarkan tabel di atas, dapat diketahui dari kolom Corrected Item-Total Correlation bahwa hampir semua skor untuk nilai  $r$  hitung keseluruhan indikator yang diujikan bernilai positif dan lebih besar dari  $r$  tabel (0,196) kecuali pada pernyataan terkait transportasi lain ( $X_9$ ) dengan skor nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel (0,196). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa pada pernyataan yang diajukan kepada responden berdasarkan data diatas, keseluruhan indikator yang digunakan dalam penelitian ini ada satu pernyataan yang tidak lolos dalam uji validitas dan dinyatakan tidak valid. Sehingga perlu adanya modifikasi dalam uji validitas dalam poin instrumen pernyataan penelitian dengan membuang poin

pernyataan pada ( $X_9$ ) dengan catatan bahwa instrumen pernyataan indikator telah terwakili.

#### 4.2.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistic *Cronbach Alpha* lebih dari 0,600 ( $\alpha > 0,60$ ). Hasil pengujian ini dapat diketahui pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.8**

#### **Hasil Uji reliabilitas**

No	Kode Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritik	Keterangan
1	Keunggulan Kualitas Produk ( $X_1$ )	0,889	> 0,60	Reliabel
2	Prefensi Konsumen ( $X_2$ )	0,747	> 0,60	Reliabel
3	Pengambilan Keputusan (Y)	0,673	> 0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer yang di olah, 2018

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronboach Alpha* lebih dari 0,70 ( $\alpha > 0,70$ ). Dengan demikian variabel X dan Y (Keunggulan produk, Preferensi Konsumen dan pengambilan keputusan menggunakan *e-toll card*) dapat dikatakan reliabel.

#### **4.2.5 Uji Asumsi Klasik**

##### **4.2.5.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas ini disajikan dalam penelitian ini, dilihat dari uji one sample kolmogorov-Smirnov Test Dengan kriteria pengujian :

$H_0$  diterima apabila nilai signifikansi  $< 0,05$

$H_a$  diterima apabila nilai signifikansi  $> 0,05$

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,86055727
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,085
	Positive	,050
	Negative	-,085
Test Statistic		,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,072 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer yang diolah yang di olah,2018

Uji Asumsi Klasik normalitas diperjelas dengan tabel di atas, yang dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp Sig 2-tailed) adalah 0.072 ( $0.072 > 0.05$ ), Maka  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data diatas menunjukkan terdistribusi normal dan  $H_0$  : data tidak terdistribusi normal ditolak.

#### **4.2.5.2 Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi atau hubungan yang kuat antar variabel independen

atau variabel bebas dalam suatu model regresi. Berdasarkan kriteria pengujian dalam uji multikolonieritas dengan menggunakan cara yang akurat biasanya dilakukan dengan melihat nilai tolerance ( $t$ ) dan nilai VIF pada hasil uji SPSS, kriteria hasil dalam pengambilan keputusan di asumsikan melalui panduan sebagai mana berikut :

$H_0$  : diterima apabila nilai tolerance  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$ , artinya terjadi multikolonieritas

$H_a$  : diterima apabila nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ , artinya tidak terjadi multikolonieritas

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	Model (Constant)	13,067	2,002		
	kualitas produk	,135	,061	,999	1,001
	Prefensi	,140	,087	,999	1,001

Sumber: Data Primer yang diolah,2018

Dari hasil pengujian multikolinearitas diketahui nilai tolerance 0,999 lebih besar dari 0,1 yang berarti variabel independen (kualitas produk dan preferensi konsumen) tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen yang nilainya 95%, dan begitu pula pada hasil perhitungan VIF untuk variabel kualitas produk dan preferensi konsumen sebesar 1,0 atau lebih kecil dari 10. Jadi dapat disimpulkan tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi penelitian ini.

#### **4.2.5.4 Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual. Beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedasitas adalah salah satunya dengan melihat grafik plot sebagaimana berikut, dengan dasar analisis :

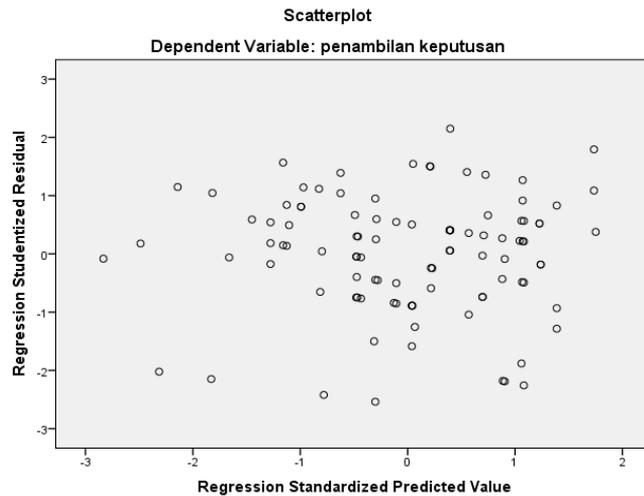
1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemu

dian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas

2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

### Gambar 4.5

#### Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah,2018

Dari grafik scalterplot menjelaskan terlihat titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas.

#### 4.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menentukan persamaan regresi yang terbentuk dalam penelitian ini maka dapat diketahui dengan melihat hasil uji statistik di bawah ini:

**Tabel 4.12**  
**Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,067	2,002		6,527	,000
	kualitas produk	,135	,061	,217	2,225	,028
	Prefensi	,140	,087	,157	1,610	,111

a. Dependent Variable: pengambilan keputusan

Sumber : Data Primer yang diolah SPSS,2018

Dari tabel di atas, dapat diketahui analisis regresi koefisien untuk variabel kualitas produk adalah sebesar 0.135, memiliki arti positif signifikan terhadap proses pengambilan keputusan, dan untuk variabel Preferensi Konsumen memiliki

koefisien regresi sebesar 0,140 dengan konstanta sebesar 13,067 sehingga model persamaan regresi yang dapat diperoleh adalah sebagaimana berikut:

$$Y = 13,067 + 0,135 X_1 + 0,140 X_2 + e$$

Dari persamaan di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Nilai konstanta sebesar 13,067. Artinya jika variabel keunggulan kualitas produk dan preferensi konsumen tidak dimasukkan dalam penelitian, maka pengambilan keputusan minat untuk menggunakan kartu *e-toll card* masih meningkat sebesar 13,067 %. Hal ini disebabkan adanya pengaruh lain selain keunggulan kualitas produk dan preferensi konsumen.
- b) Koefisien regresi pada variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,135 adalah positif. Artinya bila terjadi peningkatan dari kualitas produk sebesar 1 %, seperti halnya peningkatan pada *performance* dari produk e-

toll card, *Feature*, *Reliability*, *Conformance*, *Durability*, *Asthetic* serta peningkatan terhadap kesesuaian *prinsip transaksi kesyariahan* maka keputusan konsumen untuk menggunakan kartu *e-toll card* sebagai alat transaksi dalam kebijakan pembayaran non tunai akan meningkat sebesar 13,5 %, dimana variabel Independent lainnya dianggap konstan.

- c) Koefisien regresi pada variabel Preferensi Konsumen ( $X_2$ ) sebesar 0,140 adalah positif. Artinya bila dalam diri seorang konsumen terjadi peningkatan preferensi terkait dengan preferensi konsumen seperti halnya pada *Fleksibilitas Produk e-toll*, *jaminan*, *Preferensi Kemampuan transfer antar kartu* pada produk, *Benefit produk*, *Diskon Produk* sebanyak 1% , maka Proses pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan kartu *e-toll card* sebagai alat

transaksi pembayaran non tunai dapat meningkat sebesar 14% di mana variabel independent yang lain di anggap konstan.

#### 4.2.7 Pengujian Hipotesis

##### 4.2.7.1 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Lihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.13**

#### Hasil Uji Simultasn (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64,864	2	32,432	3,883	,024 <sup>b</sup>
	Residual	810,096	97	8,352		
	Total	874,960	99			

a. Dependent Variable: pengambilan keputusan

b. Predictors: (Constant), prefensi, kualitas produk

Sumber :Data Primer yang diolah SPSS,2018

Berdasarkan hasil olahan data pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh variabel  $X_1$  dan  $X_2$  adalah F hitung lebih besar dari F tabel ( $3,883 > 3,09$ ) dengan tingkat signifikansi kurang dari 0.05 yaitu

0.024 , hal ini memberi simpulan bahwa untuk hasil tersebut  $H_3$  diterima yang berarti terdapat pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  Secara simultan terhadap  $Y$ .

#### 4.2.7.2 Uji Pengaruh Parsial (Uji T)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Adapun hasil olah data untuk uji t adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.14**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,067	2,002		6,527	,000		
	kualitas produk	,135	,061	,217	2,225	,028	,999	1,001
	Prefensi	,140	,087	,157	1,610	,111	,999	1,001

a. Dependent Variable: penambilan keputusan

Sumber : Data primer yang diolah SPSS,2018

Uji parsial digunakan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual

antara variabel independen  $X_1$  dan  $X_2$  secara parsial terkait pengaruh signifikansi terhadap variabel dependen Y. Dasar Pengambilan keputusan untuk hasil uji T di dapatkan dari keten tuan berikut :

- 1) Jika nilai signifikan  $< 0.05$  atau  $t$  hitung  $> t$  tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y
- 2) Jika nilai signifikansi  $> 0.05$  atau  $t$  hitung  $< t$  tabel maka tidak terdapat pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y

Berdasarkan dari olah data diatas dapat dijelaskan hasil uji Hipotesis yang peneliti ambil adalah :

1. Hipotesis pertama berbunyi :  
keunggulan kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen

Berdasarkan dari hasil output data diatas dapat diketahui nilai signifikan untuk pengaruh  $X_1$  terhadap Y adalah sebesar  $0.028 < 0.05$ , dan hasil nilai  $t$

hitung dari olah data uji T adalah 2,225 lebih besar dari nilai t tabel (1,984). Hal ini menyimpulkan bahwa untuk Hipotesis ( $H_1$ ) pada penelitian ini dapat diterima, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel keunggulan kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap Pengambilan keputusan menggunakan kartu e-toll card (Y).

2. Hipotesis Ke dua berbunyi : Preferensi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui hasil uji t menjelaskan nilai signifikansi untuk pengaruh  $X_2$  terhadap Y adalah sebesar  $0.111 > 0,05$  dan nilai t hitung diperoleh 1.610, nilai t hitung ini masih kurang dari nilai t tabel yang didapatkan sebesar 1,986. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  ditolak, yang berarti tidak terhadap pengaruh yang positif signifikan untuk variabel

Preferensi konsumen ( X2) terhadap Pengambilan keputusan konsumen variabel (Y).

#### 4.2.7.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen terhadap variabel dependent dengan melihat *R square*. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.15**

**Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,272 <sup>a</sup>	,074	,055	2,890

a. Predictors: (Constant), prefensi, kualitas produk

b. Dependent Variable: pengambilan keputusan

Hasil tabal dari analisis data yang diperoleh, dapat di lihat sebagaimana berikut :

$$R^2 = 0.074$$

$$KD = 0,074 \times 100\%$$

$$= 7,4 \%$$

Hasil hitung di atas menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk dan juga preferensi konsu men hanya mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 7,4 % dan sisanya sebanyak 92,6% dijelaskan oleh variabel lainya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

#### **4.2.8. Pembahasan**

##### **4.2.8.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen**

Dari hasil analisis regresi linier berganda, koefisien regresi pada variabel produk ( $X_1$ ) sebesar 0,135. Artinya jika terjadi peningkatan sebesar 1 % pada kualitas produk, maka keputusan konsumen dalam menggunakan kartu *e-toll card* akan meningkat sebesar 13,5%. Sedangkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 3.883 dengan tingkat signifikansi 0,028 karena  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  yaitu  $2,225 > 1,984$  dan nilai signifikansinya  $0.028 < 0.05$  maka dapat di

simpulkan variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan kartu *e-toll card* (Y). Hal ini sejalan dengan H1, yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif signifikan antara kualitas produk dengan keputusan konsumen. Dengan demikian H1 di terima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan kartu *e-toll card* sebagai alat transaksi dalam kebijakan pembayaran non tunai.

Kualitas produk selalu berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Keunggulan dari suatu produk meningkatkan minat konsumen dalam mengkonsumsi produk. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil penelitian yang terdahulu dan juga sebagai penguat dari hasil penelitian ini. Penelitian oleh Muslikhatun (2015) membuktikan bahwa keunggulan

kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan. Artinya semakin tinggi hasil keunggulan dari sebuah kualitas produk maka akan semakin tinggi pula minat pengambilan keputusan dari seorang konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Hasil penelitian tersebut dan signifikansi hasil dalam penelitian ini dapat di buktikan dengan hasil olah Instrumen-instrumen pertanyaan yang disebarakan.

Pertama bukti hasil signifikansi dapat dilihat pada Indikator *performance* (kinerja produk) yang menyatakan bahwa produk *e-toll* adalah produk yang mudah, aman dan menguntungkan, lebih dari lima puluh persen konsumen mayoritas menjawab setuju dan juga sangat setuju terhadap indikator ini. Ini artinya bahwa konsumen telah mengakui keunggulan kualitas produk dari *e-toll* dengan kinerja produknya yang telah dapat digunakan dengan mudah dan banyak memberikan keuntungan, sehingga dari peningkatan kinerja produk kualitas produk yang dilakukan oleh produk *e-*

*toll* akan memberikan peningkatan terhadap minat pengambilan keputusan dalam menggunakan produk *e-toll* bagi konsumen, hal ini sudah terbukti dari jawaban dari para responden .

Dikuatkan pula pada item indikator kedua *Feature produc* (keistimewaan) produk, dengan jawaban responden yang banyak memilih setuju dengan sangat setuju bahwa produk *e-toll* memang telah memiliki keistimewaan tambahan dengan di transaksikan diluar *merchant tol*, kemudahan transaksi menjadi peningkatan kualitas *feature* dari produk *e-toll* yang memang telah diakui oleh konsumen sehingga dengan demikian peningkatan *feature produc* telah memacu peningkatan minat dan mempengaruhi penggunaan kartu.

Pada item indikator berikutnya dengan jawaban responden yang mayoritas menjawab setuju dan juga sangat setuju terhadap keandalan dari kualitas produk yang ditawarkan , dengan pernyataan bahwa produk *e-toll* memiliki keandalan sebagai alternatif solusi dalam masalah utama kemacetan di gerbang tol, responden juga

telah mengakui keandalan dari produk *e-toll* sendiri dan berpengaruh memacu respon konsumen dalam meningkatkan minat guna untuk produk ini. Sehingga dalam hal ini Peningkatan kualitas dengan keandalan produk yang telah dilakukan mampu mempengaruhi minat guna bagi konsumen.

Pada item indikator lainnya juga dijelaskan dari angka statistik, indikator *conformance* produk (kesesuaian spesifikasi dari produk) itu sendiri, responden menguatkan hasil penelitian dengan mayoritas jawa ban setuju bahwasanya spesifikasi produk *e-toll* telah sesuai dengan apa yang diharapkan. selain dengan indikator *conformance*, dua item indikator dalam pengukuran kualitas produk terhadap minat konsumen lainnya yaitu item indikator terkait *Durability* (Daya tahan) produk dan nilai Estetika produk sendiri, kelengkapan jawaban responden mayoritas responden juga menjawab setuju atas pernyataan yang di sediakan dalam item kuesioner. Konsistensi jawaban responden yang mayoritas menyatakan setuju menjadi penguat

hasil signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap pengambilan keputusan konsumen.

Kemudian salah satu item yang menjadi indikator terkait prinsip transaksi uang elektronik yang telah sesuai prinsip syariah, jawaban responden tidak secara langsung menegaskan ketidaksetujuan terkait pernyataan bahwa Transaksi Produk *e-toll* memang tidak mengandung unsur MAGHRIB dan telah sesuai dengan ketentuan prinsip transaksi syariah. Sebagian responden mewakili hasil survey menyatakan responden setuju bahwa transaksi *e-money* kartu *e-toll* telah sesuai prinsip syariah yang tidak mengandung unsur MAGHRIB.

Mengenai item kesesuaian transaksi dengan prinsip syariah tentang uang elektronik, dikuatkan dengan fatwa DSN MUI. Bahwa uang elektronik yang digunakan sebagai alat tukar dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan yang salah satunya telah di terangkan pada literatur fiqih ,yang di definisikan oleh para ulama, yaitu :

النَّقْدُ هُوَ كُلُّ وَسِيْطٍ لِّلْتَبَادُلِ يَلْقَى قَبُوْلًا عَامَمَهُمَا كَانَ  
 ذَٰلِكَ الْوَسِيْطُ وَ عَلَيَّ أَيِّ حَالٍ يَكُوْنُ (عبد الله بن  
 سليمان المنيع، بحوث في الإقتصاد الإسلامي، مكة  
 المكرمة المكتب الإسلامي، 1996، ص : 178 )

*“diterangkan bahwa “Naqd (uang) adalah segala sesuatu yang menjadi media pertukaran dan diterima secara umum, apa pun bentuk dan dalam kondisi seperti apa pun media tersebut.” (Abdullah bin Sulaiman al-Mani’, Buhuts fi al-Iqtishad al-Islami. Mekah : al-Maktab al-Islami, 1996, h. 178)*

Pendapat Ibnu Taimiyah dalam kitab Majmu’ al-Fatawa jilid 19, hal. 251 juga menjelaskan sebagai pertimbangan dalam pemutusan fatwa MUI tentang Uang elektronik :

وَأَمَّا الدَّرْهَمُ وَ الدِّيْنَارُ فَمَا يُعْرَفُ لَهُ حَدٌّ طَبِيعِيٌّ، وَ لَا  
 شَرْعِيٌّ، بَلْ مَرْجِعُهُ إِلَى الْعَادَةِ وَ الْإِصْطِلَاحِ، وَ ذَٰلِكَ  
 لِأَنَّهُ فِي الْأَصْلِ لَا يَتَعَلَّقُ الْمَقْصُودُ بِهِ، بَلِ الْغَرَضُ  
 أَنْ يَكُوْنَ مَعْيَارًا لِمَا يَتَعَامَلُونَ بِهِ، وَ الدَّرَاهِمُ وَ الدَّنَانِيْرُ  
 لَا تُقْصَدُ لِنَفْسِهَا، بَلْ هِيَ وَسِيْلَةٌ إِلَى التَّعَامُلِ بِهَا،  
 وَ لِهَذَا كَانَتْ أَثْمًا نَا بِخِلَافِ سَائِرِ الْأَمْوَالِ، فَإِنَّ  
 الْمَقْصُودَ بِهَا الْإِنْتِفَاعَ بِهَا بِنَفْسِهَا، فَلِهَذَا كَانَتْ مُقَدَّرَةً  
 بِالْأَمْوَالِ الطَّبِيعِيَّةِ أَوْ الشَّرْعِيَّةِ، وَ الْوَسِيْلَةُ الْمَحْضَةُ

الَّتِي لَا يَتَعَلَّقُ بِهَا غَرَضٌ، لَا بِمَادَّتِهَا وَلَا بِصُورَتِهَا  
يَحْصُلُ بِهَا الْمَقْصُودُ كَيْفَمَا كَانَتْ

*“Adapun dinar dan dirham, maka tidak ada Batasan secara alami maupun secara syar’I, tapi rujukannya adalah pada kebiasaan (‘adah) dan kesepakatan. Hal itu karena pada dasarnya tujuan orang (dalam penggunaan dinar dan dirham) tidak berhubungan dengan subtansinya, tetapi tujuannya adalah agar dinar dan dirham menjadi standar bagi objek transaksi yang mereka lakukan. Fisik dinar dan dirham tidaklah dimaksudkan (bukan tujuan), tetapi hanya sebagai sarana untuk melakukan transaksi dengannya. Oleh karena itu, dinar dan dirham (hanya) berfungsi sebagai tsaman (harga, standar nilai). Berbeda dengan harta yang lain (barang); barang dimaksudkan untuk dimanfaatkan fisiknya. Oleh karena itu, barang harus diukur dengan perkara-perkara (ukuran-ukuran) yang bersifat alami atau syar’i. sarana semata yang fisik maupun bentuknya bukan merupakan tujuan boleh digunakan untuk mencapai tujuan, seperti apapun bentuknya.”*

Berdasarkan hal-hal diatas, ini artinya bagi mayoritas masyarakat muslim di Indonesia kesesuaian prinsip transaksi sesuai dengan syariah juga merupakan suatu hal yang penting dan berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan di dalam sebuah minat penggunaan suatu produk, khususnya sebagaimana produk e-

*toll* ini sendiri. Dari setengah jawaban respon dari responden yang menyatakan jawabanya pada alternatif jawaban setuju adalah merupakan gambaran asumsi tentang penilaian prinsip transaksi produk *e-toll* terhadap kesesuaian prinsip syariah.

#### **4.2.8.2 Pengaruh preferensi konsumen Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen**

Koefisien regresi pada variabel Preferensi konsumen ( $X_2$ ) adalah sebesar 0,140. Artinya jika terjadi peningkatan sebesar 1 % pada preferensi seorang konsumen, maka keputusan konsumen untuk menggunakan kartu *e-toll card* akan meningkat sebesar 14 %. Sedangkan hasil untuk uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 1,610 dengan tingkat signifikansi 0,111. Dengan nilai t hitung < t tabel yaitu  $1,610 < 1,984$  dan nilai signifikansinya  $0,111 > 0,05$  maka dapat disimpulkan variabel preferensi konsumen ( $X_2$ ) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Hal ini tidak sejalan dengan hipotesis ke dua ( $H_2$ ), yang menyatakan

ada pengaruh signifikan antara preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan. Dengan demikian, hasil dalam penelitian ini menolak adanya H2, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara preferensi konsumen dengan Proses pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan *e-toll card* sebagai alat transaksi dalam kebijakan pembayaran non tunai. Dengan demikian ini berarti, Preferensi konsumen tidaklah menjadi faktor penentu utama dalam proses pengambilan keputusan oleh konsumen.

Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan jawaban responden yang mayoritas masih banyak memberikan respon jawaban keraguan dan juga ketidaksetujuan dalam menjawab setiap item pernyataan yang disajikan untuk variabel dari Preferensi konsumen atas setiap atribut yang dimiliki dan dijadikan indikator dalam survey kuesioner penelitian ini.

Preferensi adalah pilihan suka atau tidak suka yang ditunjukkan konsumen dalam mengosumsi suatu produk. Preferensi merupa

kan hak konsumen untuk memelih iya atau tidak atas kinerja dari suatu produk.

Dalam hasil penelitian ini variabel preferensi ternyata memiliki hasil tidak begitu signifikan terhadap proses pengambilan keputusan untuk menggunakan produk *e-toll* , penelitian ini sejalan dan dikuatkan dengan Hasil penelitian oleh Friska Hotman Tampu bolon tentang analisis preferensi konsumen terhadap *e-toll card* dengan *conjaint analysis* yang mengembangkan atribut dari *e-toll card* itu sendiri, dimana penelitian menyatakan hasil bahwa tidak semua atribut berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan kartu *e-toll card*.

Lebih dijelaskanya bahwa preferensi bukanlah merupakan faktor utama dari proses pengambilan keputusan untuk minat guna menggunakan produk *e-toll* ini. kemungkinan besar karena, pada saat ini produk *e-toll* bagi para pengguna akses jalan tol adalah sebuah kebutuhan yang diwajibkan oleh pemerintah, sehingga konsumen tidak mungkin untuk tidak

memilih produk ini dan pastinya dengan begitu produk ini begitu dibutuhkan oleh konsumen, dan hal ini lah yang membuat variabel preferensi tidak begitu berpe ngaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan.

#### **4.2.8.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Preferensi Konsumen Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen**

Berdasarkan uji F (ANOVA), didapat kan nilai F hitung sebesar 3,883 dengan probabilitas 0,024 . Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel, yaitu  $3,883 > 3,09$  dan nilai probabilitas  $0,024 < 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa variabel keunggulan produk ( $X_1$ ) dan prefensi konsumen ( $X_2$ ), secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan konsu men untuk menggunakan kartu *e-toll card* sebagai alat transaksi dalam kebijakan pemba yaran non tunai. Dengan demikian berdasarkan hasil uji tersebut H3 dinyatakan diterima, dan dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan dari keunggulan produk ( $X_1$ ) dan Preferensi Konsumen ( $X_2$ ) secara simultan terhadap

pengambilan keputusan konsumen (Y). Hasil signifikansi ini telah dibuktikan dengan hasil keseluruhan jawaban yang telah di sebarakan dalam kuesioner.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari pengaruh variabel kualitas produk dan preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan kartu *e-toll* sebagai alat transaksi dalam kebijakan pembayaran non tunai, maka peneliti menarik kesimpulan atas penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

1. Secara parsial Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan konsumen dalam menggunakan *e-toll card* sebagai alat transaksi non tunai (Y), atau dengan kata lain  $H_1$  diterima, dengan kesimpulan hasil bahwa nilai signifikansi uji T Variabel Kualitas adalah sebesar  $0,028 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 2,225 > 1,984$
2. Secara parsial Variabel Preferensi konsumen ( $X_2$ ) memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan *e-toll card* sebagai alat transaksi non tunai (Y), dengan hasil tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan konsumen dalam menggunakan *e-toll card* sebagai

alat transaksi non tunai (Y). dengan hasil kesimpulan hasil bahwa nilai signifikan Uji T variabel Preferensi konsumen untuk pengaruh  $X_2$  terhadap Y adalah sebesar  $0,111 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 1,610 < 1,984$ .

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka sekiranya peneliti dapat memberikan beberapa saran, untuk menyempurnakan tujuan *cashless society* yang sangat ingin sekali dikembangkan di negara ini dan juga penelitian selanjutnya, karena dirasa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini sebab keterbatasan waktu dan lain hal, maka sekiranya untuk pengembangan keduanya dapat diusahakan :

1. Perlu Adanya peningkatan sosialisasi terkait mengenai transaksi non tunai, karena pada kenyataannya Indonesia yang masih kurang akan pemahaman transaksi non tunai, masih merasa awan dan kurang pengembangan informasi.
2. Untuk bank/ lembaga non bank penyedia jasa uang elektronik, dan penyedia jasa penyetoran uang elektronik perlu menambahkan pelayanan kerja untuk mempermudah masyarakat luas agar

lebih mudah lagi bertransaksi dengan uang elektronik khususnya untuk *top up* saldo *e-toll card* yang dirasakan masih banyak sekali kendala.

3. Dalam penelitian ini, dikarenakan tidak diketahui jumlah populasi secara menyeluruh dan hanya mendapatkan sejumlah sampel yang diajukan dalam penelitian ini. maka mungkin sekiranya apabila ingin dilakukan penelitian selanjutnya, peneliti dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan wilayah penelitian yang lebih luas sehingga dapat lebih mempresentasikan penelitian sekaligus menjelaskan faktor lain yang menjadi faktor penjas yang lebih efektif dalam pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan *e-toll card*.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdulkadirarno, *Tinjauan Ekonomi Islam tentang Preferensi*

<http://abdulkadirarno.wordpress.com/2014/0/02/tinjauan-ekonomi-islam-tentang-preferensi -2/>, diakses: sabtu, 14 april 2018, Pukul 16:15 WIB

Arikunto Suharsimi, ” *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, “Jakarta: Rineka Cipta.(2006).

Bank for Internatinal Settlement. (1996). *Implications for central banks of the*

*development of electronic money*. Retrieved from <https://www.bis.org/publ/bisp01.htm>

Bank Indonesia.(2006). “*Persepsi, Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Dan*

*Lembaga Penyedia Jasa Terhadap Pembayaran Non Tunai*”, Bank Indonesia dan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor

Bank Indonesia. (2011) . “*Sistem Pembayaran di Indonesia*”. (online).

([http://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/Contents/ Default.aspx](http://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/Contents/Default.aspx), diakses tanggal 20 maret 2018

Bank Indonesia. “*Peraturan Bank Indonesia nomor 11 tahun 2014 tentang uang*

*elektronik.*” Jakarta, Indonesia: Bank Indonesia(2014).”

Darmawan Deni “ *Metode Penelitian Kuantitatif,*” (Bandung: Remaja

Rosdakarya, (2013))

Departemen Noviar Balqis Riqqah. “*Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap*

*Keputusan Pembelian Ulang Produk di Waroeng Hotplate Odon Cabang Pemuda , Bogor .* Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor (2015).

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 116 /DSN-MUI/I X /2017, *tentang Syariah Card*, Jakarta, Tertanggal 19 September 2017

Fitri Isnani Nurannisa.” *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pada Penggunaan Kartu E-Money sebagai Alat Transaksi*”, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB universitas Brawijaya Malang . (2016)

Ghazali Imam. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23.* Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang (2013).

Handayani Lia.” *Analisis Preferensi Penggunaan Uang Elektronik pada Kereta Api Commuter Jabodetabek*”. Jurnal Ilmiah mahasiswa FEB Universitas Brawijaya Malang . (2015)

jaktiv-Pro Kontra :” pengelola Toll, 31 oktober tak ada lagi transaksi Tunai”. <https://m.vidio.com/watch/907745-jaktiv-pro-kontra-pengelola-toll-tak-ada-lagi-transaksi-tunai>,diterbitkan oktober 10,2017 , diakses 13 Februari 2018 , Pukul 15:34 WIB

Kotler Philip, A B Susanto. “*Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*,” Jakarta : Salemba Empat (2000).

Kotler,Philip,” *Manajemen Pemasaran*:Buku I Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhallindo (2005)

Kristanto,Paulus Lilik,”*Psikologi Pemasaran*”. Yogyakarta :CAPS .(2011).”

Latan Hengky, Temalagi Selva, “*Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi menggunakan Program IBM SPSS 20.0*”, Bandung:Alfabeta, (2013)

Lupiyoadi. “ *Manajemen Pemasaran jasa Edisi 2*” . Jakarta : Salemba Empat. (2009).

Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif;Analisi Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta:Rajawali. (2012)

Masrukhin, *Statistik Inferensial aplikasi program spss*, Kudus: Media ilmu press, (2008)

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta:Rajawali Pers, (2013)

Muslikhatun ,”*Pengaruh Keunggulan Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota dalam menggunakan Produk Simpanan*

*Sukarela Lancar di BMT Puspa Bulu Semarang “*. Skripsi , Semarang : Universitas Islam Negeri Semarang , .(2015).”

Muhidin Ali Sambas dkk, Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian, Bandung: Pustaka Setia Bandung, (2007)

Perdana Septiana,” *Nilai Transaksi Uang Elektronik capai Rp 1,64 Triliun*”, [http://www. m.mediaindonesia.com/read/deta](http://www.m.mediaindonesia.com/read/deta), diakses 26 Maret 2018

Pramono Bambang , Yanuarti Tri , Purusitawati Pipih D., Tyas Emmy D.K Yosefin., “*Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian Dan Kebijakan Moneter*” working Paper Bank Indonesia (2006)

Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, “*Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*,” Jakarta: PT Raja Grafindo Persada (2007)

Purnama Cahaya Agung & Widiyanto, Ibnu. “*Studi Tentang Minat Beli E-Toll Card di Kota Semarang. Diponegoro Journal Of Management*”. Vol. 1, No. 2 Tahun 2012.

Puspitasari niken Agnes.” *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelayanan Untuk Mendorong Minat Beli Ulang (studi pada pengguna Nokia di Semarang )*”. Skripsi : Universitas Diponegoro Semarang (2011)

Setiawan Diah Rakhma Sakina,”*Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 5,3 persen pada 2017 dianggap maksimal* ”,

<http://googleweblight.com/i?u:> <https://ekonomi.kompas.com>,  
diakses 26 maret 2018

Setiadi J. Nugroho, "Perilaku Konsumen". Bandung :  
Kencana.(2003) ."

Sriwardiningsih Enggal, " *Nila Guna (Kepuasan Green Technology E-toll sebagai salah satu alternatif layanan pada konsumen pengguna tol dalam kota Jakarta*". Jakarta :Binus Business vol.5 No. 1 Mei 2014 :323-332

Sugiyono, " *Metode Penelitian Bisnis*",( Bandung: Alfabeta, 2008).

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2010)

Sugiono, " *Statistika Untuk Penelitian*,"( Bandung: IKAPI, 2014).

Tampubolon Hotmauli Friska ,*Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut E-toll Card dengan Conjoint Analysis* .skripsi,Universitas Indonesia

Tjiptono, Fandy, " *Prinsip – Prinsip Total Quality Service*." Yogyakarta : Andi Offs, (1997),

Umar Husein , *Metode Riset Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2002)

wijaya Toni, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, ( Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009)

<https://m.detik.com/finance/moneter/d-1873331/ini-keluhan-masyarakat-soal-e-tolll-card-bank-mandiri>”, diakses :  
selasa, 13 februari 2018, 18:30 WIB

Wikipedia,  
[https://id.m.wikipedia.org/wiki/sistem\\_pembayaran](https://id.m.wikipedia.org/wiki/sistem_pembayaran) , diakses :  
Sabtu,02-06-2018 ,12:03 WIB

wordpress on claron ,” *sistem pembayaran elektronik*”  
<https://claronwordpress.wordpress.com/2013/01/13/sistem-pembayaran-elektronik/>, diakses pada:07 maret 2018.

<https://.www.Bankmandiri.co.id>, diakses : 3 Maret 2018,  
18:38 WIB

<http://www.jasamarga.com>, diakses : 3 Maret 2018, pukul  
18:38 WIB

## LAMPIRAN – LAMPIRAN

### 1. POIN PERTANYAAN QUESIONER

#### Identitas Responden

Nama : .....

Umur : .....

Jenis Kelamin :  A laki-laki       B Perempuan

Pekerjaan :  A wiraswasta       B PNS  
 C Lain-lain

Agama : .....

#### Petunjuk pengisian kuesioner :

1. Mohon dengan hormat kesedian Bapak/Ibu, Saudara /saudari untuk mengisi seluruh pernyataan dalam kuesioner ini.
2. Berilah tanda ( √ ) untuk jawaban yang anda pilih pada kolom yang tersedia.
3. Ada 5 (Lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:

- 1) STS : Sangat Tidak Setuju
- 2) TS : Tidak Setuju
- 3) R : Ragu-ragu
- 4) S : Setuju
- 5) SS : Sangat Setuju

Sudah Berapa kali anda melakukan penggunaan transaksi dengan E-toll card ?

- A < 3 Kali (kurang dari 3 kali)
- B >3 Kali (lebih dari 3 kali)
- C Berulang-ulang kali (sering sekali )

#### 1. Pernyataan untuk variabel keunggulan produk (X<sub>1</sub>)

NO	Pernyataan	ST S	T S	R	S S	S S
1	Produk E-toll card adalah produk yang Mudah, Aman dan menguntungkan					
2	E-toll card memiliki keistimewaan dapat di transaksikan diluar merchant tol (Indomaret , SPBU, beberapa tempat merchant F&B,dsb)					
3	E-toll card dapat digunakan sebagai alternatif solusi emacetan di gerbang tol					
4	Produk E-toll card sudah sesuai dengan apa yang diharapkan					
5	Tidak ada jangka pakai masa berlaku, selalu aktif dan dapat selalu digunakan tanpa ada nilai minimum transaksi					
6	E-toll card memiliki desain yang menarik					

NO	Pernyataan	ST S	T S	R	S	SS
7	Transaksi produk e-toll card tidak mengandung unsur MAGHRIB ( <u>Maysir</u> :perjudian/ utung-untungan, <u>Gharar</u> : ketidakjelasan , <u>Riba</u> : tambahan, <u>Bathil</u> ) dan telah sesuai degan ketentuan prinsip trasaksi syariah					

## 2. Pernyataan untuk variabel Preferensi Konsnumen (X<sub>2</sub>)

(Pilihan suka atau tidak suka oleh seorang konsumen terhadap suatu produk/jasa)

NO	Pernyataan	ST S	T S	R	S	SS
1	Penggunaan kartu E-toll dirasa mudah, fleksibel dan tidak rumit					
2	Kartu dapat digunakan untuk transportasi lain					
3	Jaminan kartu e-toll yang aman					
4	Saldo e-toll card dapat di transferkan antar kartu					
5	Menggunakan E-toll card memberikan banyak keuntungan					
6	E-toll card sering kali menawarkan penawaran diskon transaksi yang tinggi					

## 3. Pernyataan Untuk Variabel Proses Pengambilan Keputusan (Y)

NO	Pernyataan	STS	T S	R	S	SS
1	saya memutuskan untuk menggunakan produk e-toll card karena sesuai dengan kebutuhan saya					

2	Saya memutuskan untuk menggunakan produk e-toll card setelah mencari informasi dari berbagai alternatif					
3	Produk e-toll card merupakan salah satu alternatif yang sangat tepat dari pada yang lain					
4	Saya dengan suka rela memutuskan untuk menggunakan produk e-toll card					
5	Saya menggunakan produk e-toll card dan saya merekomen dasikan kepada konsumen lain					

## 2. DATA RESPONDEN , VARIABEL X1\_X2

NO	usia	JK	Agama	PKRJ	PG KRTU	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x10	x1	x12	x13	skor
1	3	1	3	1	1	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	42
2	2	1	3	1	1	5	4	5	4	3	4	4	2	3	3	4	4	45
3	2	1	3	1	2	2	3	3	2	2	3	2	4	4	3	5	4	37
4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	3	4	2	3	3	2	2	5	40
5	3	1	1	1	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	46
6	3	2	3	1	3	4	4	5	4	3	4	2	3	4	3	2	5	43
7	3	1	1	1	2	2	4	3	4	3	4	2	2	3	3	4	4	38
8	2	1	3	1	2	4	3	4	4	2	3	2	5	5	3	5	4	44
9	4	2	2	1	3	5	5	5	5	3	5	3	2	3	2	2	4	44
10	5	1	1	1	3	2	3	4	3	2	3	3	4	4	2	5	4	39
11	5	1	2	1	2	5	4	3	4	2	4	2	2	4	2	4	2	38
12	2	1	2	1	1	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	34
13	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	2	1	25
14	2	1	3	1	2	2	3	4	3	3	3	2	4	3	3	5	3	38
15	2	1	2	1	1	5	3	4	4	3	3	1	4	3	3	4	3	40
16	2	2	2	1	2	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	4	2	40
17	1	1	1	1	2	4	4	5	4	3	4	4	5	5	3	5	4	50
18	4	1	1	2	2	5	5	5	5	3	5	3	2	3	2	2	4	44
19	4	1	1	1	2	2	3	4	3	2	3	3	4	4	2	5	4	39
20	3	1	1	2	3	4	4	4	4	2	4	2	2	4	2	4	2	38
21	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	23
22	4	1	1	1	1	5	3	4	4	3	3	1	3	3	3	2	1	35
23	2	1	2	1	2	4	3	4	4	2	3	4	4	3	3	5	3	42
24	2	1	1	1	1	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	3	45
25	3	1	1	1	1	4	3	2	4	3	3	3	2	4	3	4	2	37
26	2	1	1	1	1	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	42
27	1	1	1	1	1	5	4	5	4	3	4	4	2	3	3	4	4	45
28	3	2	1	1	2	2	3	3	2	2	3	2	4	4	3	5	4	37
29	3	1	1	1	2	4	4	4	4	3	4	2	3	3	2	2	5	40
30	1	1	1	1	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	46
31	2	1	1	1	3	4	4	5	4	3	4	2	4	4	3	4	5	46
32	2	1	2	1	2	2	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	41
33	3	1	1	1	2	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	42
34	4	1	1	1	1	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	5	41
35	5	1	1	1	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	40
36	2	1	2	1	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	47
37	2	1	2	1	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4	4	33
38	3	1	2	1	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	5	4	45
39	3	1	1	2	2	4	4	4	4	1	4	3	3	3	2	2	5	39
40	3	1	1	1	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	47
41	4	1	1	2	3	4	4	5	4	3	4	2	4	4	3	4	5	46
42	2	1	1	2	1	2	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	42
43	5	1	2	2	2	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	42
44	5	2	2	1	2	5	5	5	5	3	5	3	3	4	3	2	5	48
45	5	1	1	1	2	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	4	36
46	3	2	3	1	2	5	4	3	4	2	4	2	5	5	3	5	4	46

47	2	2	2	1	2	4	4	4	4	2	4	2	2	3	2	2	4	37
48	4	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	4	4	2	5	4	32
49	1	1	2	1	2	2	3	4	3	3	3	2	2	4	2	4	2	34
50	5	2	2	2	2	5	3	4	4	3	3	1	2	2	2	2	2	33
51	3	1	1	1	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	1	37
52	2	1	1	1	2	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	5	3	46
53	2	1	1	1	2	5	5	5	5	3	5	3	4	3	3	4	3	48
54	2	1	1	1	2	2	3	4	3	2	3	3	2	4	3	4	2	35
55	2	2	3	1	1	5	4	3	4	2	4	2	5	5	3	5	4	46
56	1	1	2	2	2	4	4	4	4	2	4	2	2	3	2	2	4	37
57	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	4	4	2	5	4	32
58	2	1	2	1	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	2	4	2	38
59	4	2	2	1	1	4	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	34
60	3	1	1	1	2	5	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	47
61	2	1	1	1	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4	4	33
62	2	1	1	1	1	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	5	4	45
63	2	1	1	2	2	5	5	5	5	3	5	3	3	3	2	2	5	46
64	4	1	1	2	2	2	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	5	40
65	3	1	2	1	1	5	4	3	4	2	4	2	5	5	3	5	4	46
66	1	1	1	1	1	4	4	4	4	2	4	2	2	3	2	2	4	37
67	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	4	4	2	5	4	32
68	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2	4	2	4	2	27
69	3	2	3	1	2	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	30
70	2	1	3	1	2	5	3	4	4	3	3	1	2	2	2	2	2	33
71	1	1	1	1	2	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	1	37
72	4	1	1	1	1	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	5	3	46
73	3	1	3	1	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	41
74	3	1	2	1	1	5	4	5	4	3	4	4	2	4	3	4	2	44
75	2	1	1	1	1	2	3	3	2	2	3	2	4	3	3	4	4	35
76	5	1	1	1	1	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	4	4	41
77	3	1	1	1	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	47
78	4	1	3	1	1	4	4	5	4	3	4	2	3	3	2	2	5	41
79	2	1	3	1	2	2	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	5	43
80	4	1	2	1	2	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	42
81	5	1	1	2	2	5	5	5	5	3	5	3	3	4	3	2	5	48
82	1	1	2	1	1	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	4	36
83	1	2	3	2	2	4	4	4	4	2	4	2	5	5	3	5	4	46
84	1	1	3	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	4	26
85	2	1	1	2	2	2	3	4	3	3	3	2	4	4	2	5	4	39
86	2	1	1	2	3	5	3	4	4	3	3	1	2	4	2	4	2	37
87	3	2	2	2	3	4	3	4	4	3	3	4	2	2	2	2	2	35
88	4	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	4	3	3	5	3	31
89	3	1	3	1	1	5	5	5	5	3	5	3	4	3	4	5	3	50
90	2	1	3	1	1	5	3	4	4	3	3	1	2	4	3	4	2	38
91	2	1	2	1	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	29
92	3	1	3	1	1	5	5	5	5	3	5	3	4	4	3	4	4	50
93	1	1	1	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	5	39
94	4	2	3	1	2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	44
95	2	1	2	1	1	5	5	5	5	3	5	3	2	3	2	2	4	44
96	5	2	2	2	1	4	3	4	4	1	4	3	4	4	3	4	5	43

97	4	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	1	4	4	3	4	5	33
98	4	1	1	1	1	2	3	4	3	1	3	2	2	2	2	2	2	28
99	3	1	1	1	1	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	1	38
100	2	1	1	1	2	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	2	2	37

## VARIABEL Y

NO	usia	JK	Agama	pekerjaan	penggunaan	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	SKOR
1	3	1	3	1	1	5	5	3	1	5	19
2	2	1	3	1	1	5	4	3	4	4	20
3	2	1	3	1	2	4	3	4	3	4	18
4	1	1	1	1	1	3	4	3	1	3	14
5	3	1	1	1	2	5	5	4	2	2	18
6	3	2	3	1	3	5	5	4	5	4	23
7	3	1	1	1	2	4	4	4	4	4	20
8	2	1	3	1	2	4	4	5	4	4	21
9	4	2	2	1	3	5	4	2	4	2	17
10	5	1	1	1	3	3	5	5	4	3	20
11	5	1	2	1	2	5	2	4	5	5	21
12	2	1	2	1	1	5	5	5	2	3	20
13	3	1	1	1	2	4	3	4	3	4	17
14	2	1	3	1	2	4	3	4	3	3	17
15	2	1	2	1	1	5	5	5	4	4	23
16	2	2	2	1	2	3	3	3	3	4	16
17	1	1	1	1	2	4	4	4	4	5	21
18	4	1	1	2	2	3	3	3	4	4	17
19	4	1	1	1	2	4	4	3	3	3	17
20	3	1	1	2	3	3	1	2	3	2	11
21	3	1	1	1	2	3	3	4	3	3	16
22	4	1	1	1	1	3	4	4	3	2	16
23	2	1	2	1	2	4	4	4	4	4	20
24	2	1	1	1	1	3	4	2	1	3	13
25	3	1	1	1	1	4	4	4	3	4	19
26	2	1	1	1	1	5	4	4	3	4	20
27	1	1	1	1	1	3	4	4	3	4	18
28	3	2	1	1	2	4	4	2	2	4	16
29	3	1	1	1	2	4	4	2	2	4	16
30	1	1	1	1	2	5	5	4	4	4	22
31	2	1	1	1	3	4	5	4	4	3	20
32	2	1	2	1	2	4	4	3	3	4	18
33	3	1	1	1	2	5	5	5	5	5	25
34	4	1	1	1	1	4	4	3	3	4	18
35	5	1	1	1	3	3	3	3	4	3	16
36	2	1	2	1	3	4	5	4	4	4	21
37	2	1	2	1	3	5	5	3	4	3	20
38	3	1	2	1	3	3	4	4	3	5	19
39	3	1	1	2	2	4	5	4	3	4	20
40	3	1	1	1	2	4	4	4	3	4	19
41	4	1	1	2	3	5	5	4	4	5	23
42	2	1	1	2	1	4	4	3	4	4	19
43	5	1	2	2	2	4	5	3	4	4	20
44	5	2	2	1	2	5	5	4	5	3	22
45	5	1	1	1	2	4	5	3	5	5	22
46	3	2	3	1	2	5	5	4	3	4	21
47	2	2	2	1	2	4	5	2	4	4	19
48	4	1	1	1	2	3	3	3	3	4	17

49	1	1	2	1	2	4	4	5	4	4	21
50	5	2	2	2	2	5	5	5	3	4	22
51	3	1	1	1	3	5	5	4	3	1	18
52	2	1	1	1	2	4	4	2	1	3	14
53	2	1	1	1	2	3	3	4	3	4	17
54	2	1	1	1	2	4	4	4	3	3	18
55	2	2	3	1	1	4	4	4	3	5	20
56	1	1	2	2	2	4	4	3	3	3	17
57	3	2	2	1	2	4	4	3	3	4	18
58	2	1	2	1	3	4	3	4	2	4	17
59	4	2	2	1	1	5	5	5	5	5	20
60	3	1	1	1	2	4	5	5	4	3	21
61	2	1	1	1	2	4	4	3	3	4	18
62	2	1	1	1	1	3	3	1	1	5	13
63	2	1	1	2	2	5	5	4	1	5	20
64	4	1	1	2	2	3	3	3	3	3	15
65	3	1	2	1	1	3	3	1	1	5	13
66	1	1	1	1	1	4	4	3	3	4	18
67	1	1	1	1	2	5	2	2	5	5	19
68	2	2	2	1	3	5	5	5	2	3	20
69	3	2	3	1	2	4	3	4	3	3	17
70	2	1	3	1	2	4	4	4	3	3	18
71	1	1	1	1	2	3	3	3	3	4	16
72	4	1	1	1	1	4	4	4	4	5	21
73	3	1	3	1	2	3	3	3	4	4	17
74	3	1	2	1	1	4	4	4	4	4	20
75	2	1	1	1	1	3	1	2	3	2	11
76	5	1	1	1	1	5	5	4	5	4	23
77	3	1	1	1	1	4	4	3	4	4	19
78	4	1	3	1	1	5	5	5	4	4	23
79	2	1	3	1	2	4	4	2	4	2	16
80	4	1	2	1	2	3	5	5	4	3	20
81	5	1	1	2	2	3	3	3	3	4	16
82	1	1	2	1	1	4	4	4	4	5	21
83	1	2	3	2	2	4	4	3	4	3	18
84	1	1	3	1	3	3	1	2	3	2	11
85	2	1	1	2	2	3	3	3	4	3	16
86	2	1	1	2	3	3	3	4	3	3	16
87	3	2	2	2	3	5	5	4	4	3	21
88	4	1	2	1	2	3	4	4	3	5	19
89	3	1	3	1	1	5	5	5	5	5	25
90	2	1	3	1	1	4	4	4	3	4	19
91	2	1	2	1	2	4	4	4	4	4	20
92	3	1	3	1	1	5	5	5	4	4	23
93	1	1	1	2	2	3	3	3	4	3	16
94	4	2	3	1	2	5	5	4	4	5	23
95	2	1	2	1	1	4	4	4	3	4	19
96	5	2	2	2	1	5	5	5	2	3	20
97	4	2	3	1	1	4	4	3	4	4	19
98	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	11
99	3	1	1	1	1	4	4	2	1	3	14
100	2	1	1	1	2	4	4	4	4	4	20

## Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x10	x11	x12	x13	skor_total
x1	Pearson Correlation	1	,611**	,577**	,831**	,464**	,615**	,339**	-.005	,010	,119	-.187	-.005	,630**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,964	,922	,237	,063	,962	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2	Pearson Correlation	,611**	1	,718**	,792**	,366**	,992**	,436**	,054	,060	,147	-.132	,300**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,595	,556	,146	,192	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3	Pearson Correlation	,577**	,718**	1	,754**	,480**	,719**	,577**	-.002	-.089	,156	-.153	,174	,698**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,981	,380	,121	,130	,084	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4	Pearson Correlation	,831**	,792**	,754**	1	,542**	,797**	,464**	,009	,017	,148	-.208*	,118	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,928	,863	,141	,038	,244	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x5	Pearson Correlation	,464**	,366**	,480**	,542**	1	,329**	,325**	-.017	-.116	,206*	-.092	-.032	,452**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,001	,001	,863	,250	,040	,364	,749	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x6	Pearson Correlation	,615**	,992**	,719**	,797**	,329**	1	,443**	,064	,069	,155	-.127	,316**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001		,000	,524	,493	,123	,208	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x7	Pearson Correlation	,339**	,436**	,577**	,464**	,325**	,443**	1	,042	-.071	,276**	,032	,041	,560**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,001	,000		,877	,483	,006	,754	,686	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x8	Pearson Correlation	-.005	,054	-.002	,009	-.017	,064	,042	1	,546**	,471**	,594**	,409**	,494**
	Sig. (2-tailed)	,964	,595	,981	,928	,863	,524	,677		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x10	Pearson Correlation	,010	,060	-.089	,017	-.116	,069	-.071	,546**	1	,327**	,596**	,347**	,415**
	Sig. (2-tailed)	,922	,556	,380	,863	,250	,493	,483	,000		,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x11	Pearson Correlation	,119	,147	,156	,148	,206*	,155	,276**	,471**	,327**	1	,473**	,146	,496**
	Sig. (2-tailed)	,237	,146	,121	,141	,040	,123	,006	,000	,001		,000	,146	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x12	Pearson Correlation	-.187	-.132	-.153	-.208*	-.092	-.127	,032	,594**	,596**	,473**	1	,179	,320**
	Sig. (2-tailed)	,063	,192	,130	,038	,364	,208	,754	,000	,000	,000		,075	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x13	Pearson Correlation	-.005	,300**	,174	,118	-.032	,316**	,041	,409**	,347**	,146	,179	1	,481**
	Sig. (2-tailed)	,962	,002	,084	,244	,749	,001	,686	,000	,000	,146	,075		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
skor_total	Pearson Correlation	,630**	,765**	,698**	,748**	,452**	,773**	,560**	,494**	,415**	,496**	,320**	,481**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

UJI INSTRUMEN (VALIDITAS  
\_RELIABILITAS)

**VARIABEL (X<sub>1</sub>) KUALITAS PRODUK**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	19,68	15,230	,703	,892
P2	19,83	16,930	,824	,872
P3	19,42	16,549	,799	,874
P4	19,64	16,112	,898	,862
P5	20,71	19,986	,505	,905
P6	19,82	16,937	,822	,873
P7	20,82	17,826	,509	,909

**VARIABEL (X<sub>2</sub>) PREFERENSI KONSUMEN**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x8	13,20	6,566	,704	,623
x10	12,94	7,936	,640	,671
x11	13,72	9,497	,465	,737
x12	12,79	6,370	,586	,676
x13	12,87	7,629	,343	,783

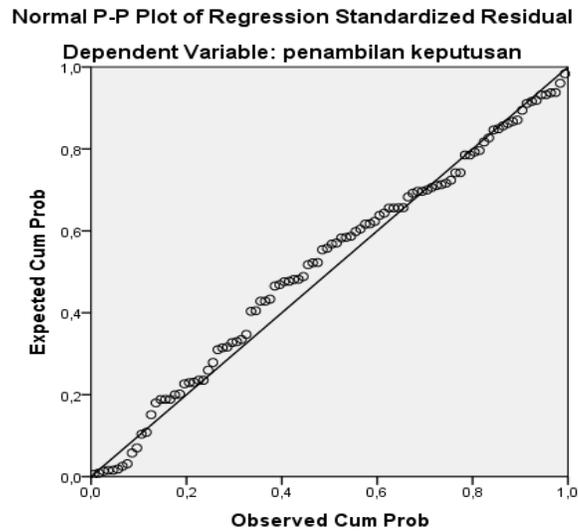
**VARIABEL Y PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	14,56	6,613	,545	,583
Y2	14,61	5,755	,537	,567
Y3	15,01	5,808	,539	,566
Y4	15,25	6,593	,314	,676
Y5	14,85	7,280	,248	,695

## UJI ASUMSI KLASIK

### 1. UJI NORMALITAS NORMAL P-P PLOT



### 2. UJI MULTIKOLONIERITAS

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,067	2,002		6,527	,000		
	kualitas produk	,135	,061	,217	2,225	,028	,999	1,001
	prefensi	,140	,087	,157	1,610	,111	,999	1,001

a. Dependent Variable: penambilan keputusan

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Yuanisa Kusuma Sari  
NIM : 1405026222  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan , 15 Juni 1996  
Agama : Islam  
Alamat : Desa Sulursari Rt.02/Rw.06  
Kec.Gabus Kab. Grobogan  
Email : [Yuanisakusuma@gmail.com](mailto:Yuanisakusuma@gmail.com)

### **Pendidikan Formal :**

- SD N Sulursari 01 lulus Tahun 2008
- MTs Al-Muhammad Cepu lulus tahun 2011
- MAN 01 Semarang lulus tahun 2014
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2019

**Semarang, 11 Januari 2019**

**YUANISA KUSUMA SARI**  
**NIM. 1405026222**