

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Rumah Makan Ayam
Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan)**

PROPOSAL SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



M IRVANDI VANI

2019.69.1000.76

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2023

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Rumah Makan Ayam
Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan)**

PROPOSAL SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



M IRVANDI VANI

2019.69.1000.76

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2023

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “pengaruh religiusitas dan lokasi terhadap minat beli dan keputusan pembelian di rumah makan Ayam Geprek Sa’i Di Kecamatan Pandaan”. Proposal skripsi ini disusun sebagai syarat dalam menyelesaikan studi jenjang (S1) Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan. Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pemikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Kholid Murtadlo, SE.,ME, selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Ibu Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.
3. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis dan selaku Dosen Pembimbing.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang selama ini telah membimbing dan menularkan kajian keilmuannya kepada penulis selama proses perkuliahan maupun diluar perkuliahan.
5. Kedua Orang Tua yang telah memberikan semangat serta doanya.

6. Teman-teman yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan proposal penelitian ini.
7. Semua pihak yang terlibat dan yang tidak disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu baik moril maupun semangat dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Saya menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi penulisan maupun tata bahasanya. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya kemampuan pengetahuan dan wawasan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penyusunan skripsi di masa yang akan datang. Akhir kata saya berharap laporan ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Pasuruan, 08 Agustus 2023

Penulis,



M Irvandi Vani

2019.69.1000.76

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Minat Beli dan
Keputusan Pembelian di Rumah Makan Ayam Geprek Sa'i Di
Kecamatan Pandaan (Studi Kepada Konsumen Ayam Geprek
Sa'i Di Kecamatan Pandaan)

Disusun Oleh : M Irvandi Vani

Nim : 2019.69.1000.76

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan didepan penguji

Pasuruan,

Menyetujui

Kaprodi,



Nur Ajizah, S.Sos., M.AB

NIP. 0691502001

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nur Ajizah', written over a vertical line.

Nur Ajizah, S.Sos., M.AB

NIP. 0691502001

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJLIS PENGUJI SKRIPSI
FAKULTAS ILMU SOCIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN, PADA:

HARI : RABU

TANGGAL : 16 AGUSTUS 2023

JAM : 12.30 WIB

JUDUL : PENGARUH RELIGIUSITAS DAN LOKASI TERHADAP
MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA
RUMAH MAKAN AYAM GEPREK SA'I DI KECAMATAN
PANDAAN)

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

KETUA PENGUJI

Dr. Kholid Murtadlo, SE., ME.
NIP.Y 0690203006

ANGGOTA PENGUJI

Amma Fazizah, S. Sos., M. AB
NIP.Y 0691502001

MENGESAHKAN,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik



Dr. Any Urwatul Wusko, S. Sos., M. AB
NIP.Y 0691103037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M Irvandi Vani

Nim : 201969100076

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa proposal skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alih tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 08 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



M Irvandi Vani

NIM. 2029 69.1000.76

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
TANDA PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	v Error! Bookmark not defined.
ABSTRAC	vi Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	v
GAMBAR TABEL.....	v Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1. Kajian Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Teori Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3. Teori Religiusitas.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.3. Teori Lokasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5. Teori Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.2. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3. Pengaruh Hubungan Antar Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.3.2. Pengaruh Lokasi terhadap Minat Beli ..	Error! Bookmark not defined.
2.3.3. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.

2.3.4. Pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian **Error! Bookmark not defined.**

2.3.5. Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian **Error! Bookmark not defined.**

2.4. Hipotesis Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

BAB III METODE PENELITIAN Error! Bookmark not defined.

3.1. Jenis Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

3.2. Lokasi Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

3.3. Variabel Penelitian Dan Definisi Oprasional Variable **Error! Bookmark not defined.**

 3.3.1. Variabel Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

 3.3.2. Definisi Operasional Variabel **Error! Bookmark not defined.**

3.4. Populasi dan Sampel **Error! Bookmark not defined.**

 3.4.1. Populasi **Error! Bookmark not defined.**

 3.4.2. Sampel **Error! Bookmark not defined.**

3.5. Teknik Pengumpulan Data..... **Error! Bookmark not defined.**

 3.5.1. Data Primer..... **Error! Bookmark not defined.**

 3.5.2. Angket (Kuisisioner)..... **Error! Bookmark not defined.**

 3.5.2. Data Sekunder..... **Error! Bookmark not defined.**

3.6. Uji Instrumen **Error! Bookmark not defined.**

 3.6.1. Uji Validitas..... **Error! Bookmark not defined.**

 3.6.2. Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**

3.7. Teknik Analisis Data..... **Error! Bookmark not defined.**

3.7.1. Uji Statistik Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2. Uji Statistik Inferensial.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	Error! Bookmark not defined.
3.7.4. Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.7.5. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1. Penyajian Data	Error! Bookmark not defined.
4.2. Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.3. Gambaran Umum Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
4.4. Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1. Deskriptif Variabel Religiusitas	Error! Bookmark not defined.
4.4.2. Deskriptif Variabel Lokasi	Error! Bookmark not defined.
4.4.3. Deskriptif Variabel Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.4. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4.5. Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.5.2. Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.6. Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1. Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.6.2. Uji Linieritas.....	Error! Bookmark not defined.

4.7. <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur).....	Error! Bookmark not defined.
4.8. Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.8.1. Hasil Pengujian Hipotesis 1	Error! Bookmark not defined.
4.8.2. Hasil Pengujian Hipotesis 2	Error! Bookmark not defined.
4.8.3. Hasil Pengujian Hipotesis 3	Error! Bookmark not defined.
4.8.4. Hasil Pengujian Hipotesis 4	Error! Bookmark not defined.
4.8.5. Hasil Pengujian Hipotesis 5	Error! Bookmark not defined.
4.9. Koefisien Determinasi (R^2).....	Error! Bookmark not defined.
4.10. Pembahasan Dari Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.10.1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
4.10.2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.10.3. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
4.10.4. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.10.5. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Arrahma Elian Tania (2022)	28
Gambar 2.2 Titik Sri Mardiansih (2019)	29
Gambar 2.3 Elina Monica (2018)	30
Gambar 2.4 Siti Titta Partini (2022)	31
Gambar 2.5 Antin Rachmawati (2018).....	33
Gambar 2.6 Silcyljeova Moniharapon (2019)	34
Gambar 2.7 Sri Wulandari (2021)	35
Gambar 2.8 Tegar Pangesti Mahardika (2019).....	36
Gambar 2.9 Sarah Fitria, Yessy Artanti (2020	37
Gambar 2.10 Lis Noviyanti , Denok Sunarsi , Hadion Wijoyo (2021)	38
Gambar 2.11 Model Hipotesis Penelitian	48
Gambar 3.12 Model Analisis Jalur 1	60
Gambar 3.13 Model Analisis Jalur 2	60
Gambar 3.14 Model Analisis Jalur	60
Gambar 4.15 Profil Perusahaan	64
Gambar 4.16 Menu Yang Di Sediakan	65
Gambar 4.15 Hasil Uji Normalitas 1	82
Gambar 4.16 Hasil Uji Normalitas 2	83

GAMBAR TABEL

Table 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Indikator Penelitian.....	52
Table 3.2 Skala Likert.....	56
Table 4.1 Responden Jenis Klamin.....	67
Table 4.2 Responden Berdasarkan Usia	68
Table 4.3 Kriteria Interpretasi Rata-Rata (<i>Mean</i>) Skor	69
Table 4.4 Distribusi Jawaban Responden X1	70
Table 4.5 Distribusi Jawaban Responden X2	72
Table 4.6 Distribusi Jawaban Responden Z.....	75
Table 4.7 Distribusi Jawaban Responden Y	77
Table 4.8 Hasil Uji Validitas	80
Table 4.9 Hasil Uji Realibilitas.....	81
Table 4.10 Hasil Uji Normalitas Jalur 1	82
Table 4.11 Hasil Uji Normalitas Jalur 2	82
Table 4.12 Total Hasil Uji Linieritas	84
Table 4.13 Hasil Analisi Jalur 1.....	85
Table 4.14 Hasil Analisis Jalur 2	86
Table 4.15 Hasil Uji Hipotesis.....	88
Table 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	90
Table 4.17 Kriteria R Square	91

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Curikulum Vite.....	104
Lampiran 2 Kuisisioner	105
Lampiran 3 Tabulasi	108
Lampiran 4 Hail Uji Analisis.....	112
Lampiran 5 Dokumentasi	

ABSTRAK

Mochammad Irvandi Vani. Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Yudharta Pasuruan. Februari 2023. Pengaruh Stres Kerja dan Religiusitas Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Moderasi. (Studi Pada Rumah Makan Ayam Geprek Sa'I Di Kecamatan Pandaan)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur pengaruh Religiusitas dan Lokasi terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian Kuantitatif Asosiatif. Populasi pada penelitian ini merupakan Konsumen Resto Ayam Geprek Sa'I Di Kecamatan Pandaan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur atau *path analisis* dengan menggunakan *software SPSS Statistics*, yang mana data tersebut akan diuraikan, dianalisis dan di bahas guna menjawab dan membuktikan Hipotesa yang diajukan. Adapun hasil penelitian sebagai berikut: (1). Religiusitas X1 berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli Z. (2). Religiusitas X1 berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Y. (3). Lokasi X2 berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli Z. (4). Lokasi X2 berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Y. (5). Minat beli Z berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Y.

Kata Kunci: Religiusitas, Lokasi, Minat Beli dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Mochammad Irvandi Vani. Business Administration Study Program, Yudharta University Pasuruan. February 2023. The Influence of Work Stress and Religiosity on Employee Performance with Work Discipline as Moderating Variables. (Study at Sa'I Geprek Chicken Restaurant in Pandaan District)

The purpose of this study was to determine and measure the effect of Religiosity and location on Buying Interest and Purchasing Decisions. This research uses an Associative Quantitative research approach. The population in this study is consumers of Geprek Sa'I Chicken Restaurant in Pandaan District. The number of samples used in this study amounted to 100 respondents. The data source used in this study used primary data obtained from the distribution of questionnaires to respondents. The data analysis technique in this study used path analysis using SPSS Statistics software, which data will be described, analyzed and discussed in order to answer and prove the hypothesis proposed. The research results are as follows: (1). X1's religiosity has significant influence on Z's buying interest. (2). X1's religiosity has significant influence on Y's purchasing decisions. (3). X2 location has significant influence on Z's buying interest. (4). X2 location has significant influence on Y's purchasing decision (5). Z's buying interest has a positive and significant effect on Y's purchasing decisions.

Keywords: Religiosity, Location, Buying Interest and Purchasing Decision.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemasaran memiliki peran penting bagi kesuksesan dan kelangsungan hidup suatu organisasi. Semua organisasi tanpa terkecuali, baik organisasi bisnis maupun organisasi non profit mulai dari yang berskala kecil hingga besar dan juga yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa, memerlukan pemasaran untuk tujuan mempertahankan pelanggan yang sudah dan menarik pelanggan baru. Pemasaran ini bertujuan memberi layanan yang baik kepada para pelanggan atau konsumen, karena hanya dengan layanan yang baik konsumen akan puas menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Menurut (Kollat & Willet, 1967), mendefinisikan Pemasaran adalah kegiatan menganalisis, mengorganisasi, merencanakan, dan mengawasi sumber daya, kebijaksanaan, serta kegiatan yang menimpa para pelanggan perusahaan dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan para kelompok pelanggan yang terpilih untuk memperoleh laba (Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya, 2015). Dengan demikian, hal utama yang perlu diperhatikan para pelaku bisnis adalah mengetahui *positioning* bisnis yang sedang dijalankan.

Dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat, efisien dan efektif. Strategi penjualan *offline store* dapat diartikan sebagai penjualan langsung atau yang menggunakan media tempat sebagai sarana menjual dan memasarkan produk. Lokasi merupakan hal utama dalam penjualan sebuah produk sehingga produk tersebut akan dapat dikenal di pasar. Menurut Gubernur Bank Indonesia Perry Warjiyo dalam sebuah diskusi *virtual*, Jumat (22/1/2021) perkembangan penjualan *offline* sedang mengalami penurunan karena tergesernya gaya belanja masyarakat yang lebih memilih transaksi *online*, hal ini dapat ditunjukkan dari laporan kominfo.go.id bahwa pada tahun 2021 penjualan di *e-commerce* mengalami kenaikan sebesar 33,2%. Selain itu, penjualan produk di toko memerlukan dana yang mahal dalam membangun atau menyewa sebuah toko.

Biaya pemeliharaan, pembelian bekakas dan biaya perlengkapan untuk melengkapi interior pada toko untuk mendukung transaksi di dalam toko. Maka untuk itu pada penjualan *offline* juga memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat bersaing. Berbagai cara yang dilakukan para pelaku bisnis agar usaha yang dijalankan tetap bertahan di tengah persaingan yang ada. Suatu usaha didirikan dan dikelola untuk menghasilkan suatu produk, baik jasa maupun barang. Produk yang dihasilkan itu dipasarkan dan dijual kepada pihak lain, baik individu maupun kelompok untuk pemenuhan kebutuhannya. Dengan demikian, diperlukan pemasaran yang baik. Ada banyak hal yang dapat dilakukan terhadap keberhasilan suatu bisnis, salah satunya adalah strategi pemasaran yang tepat. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu menjual produk sesuai dengan target penjualan atau melebihinya dengan

mengidentifikasi produk apa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat (Khoirul Faizah, 2018). Strategi pemasaran yang dibuat tidak hanya berkaitan dengan penjualan atau sales dan mempromosikan produk, tapi juga tentang jenis-jenis pelayanan (*service*) kepada pelanggan, *management*, nuansa atau suasana toko yang bernilai religius di pandangan konsumen.

Religiusitas didefinisikan sejauh mana individu berkomitmen untuk agama dan ajaran yang ada di dalamnya, termasuk komitmen yang berpatokan pada agama terhadap sikap dan perilakunya (Fitria & Artanti, 2020). Religiusitas merupakan bagian dari konsep diri yang tertuju pada psikologi keagamaan, yang terdiri dari citra kesucian diri, kedekatan kepada tuhan, kemampuan dalam mengerjakan semua aturan dalam agama dan keberanian untuk menunjukkan identitas agama dengan segala dimensi dalam hidup bersama orang lain, oleh karena itu seorang muslim yang taat pastinya akan mematuhi segala perintah dan larangannya, termasuk dalam mengkonsumsi produk halal. Teori ini dikuatkan dengan penelitian terdahulu (Antin Rakhmawati, 2018) bahwasanya variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Sedangkan Penelitian (Wulandari, 2021) bahwasannya Religiusitas mampu meningkatkan keputusan pembelian. Artinya apabila Religiusitas semakin baik, maka keputusan pembelian mie instan indomie akan mengalami peningkatan. Tetapi menurut hasil penelitian lain (Fitria & Artanti, 2020) bahwa Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim Rabbani.

Adapun fenomena yang peneliti dapatkan di Ayam Geprek Sa'idi Kecamatan Pandaan tentang Religiusitas adalah (1). Persepsi konsumen terhadap rumah makan Ayam Geprek Sa'i yang bernuansa religi. (2). Adanya quotes yang bernilai islami di sekeliling dinding resto dan packaging, (3). karyawati Ayam Geprek Sa'i wajib berpakaian syar'i. Dan ada faktor pendukung dari religius yang ada di Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan yaitu variabel lain yang mempengaruhi minat beli dan keputusan pembelian adalah ketentuan mengenai lokasi Ayam Geprek Sa'i karna lokasi sangat mempengaruhi terhadap minat beli konsumen yang mau memilih produk atau makanan yang ada di Ayam Geprek Sa'i apabila bentuk Religiusitas sudah di bentuk tetapi lokasi sangat tidak bisa dijangkau konsumen minat beli dan keputusan pembelian tidak berpengaruh signifikan, jadi lokasi sangat mempengaruhi terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan.

Memiliki Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen sehingga dengan adanya lokasi yang strategis ini diharapkan pemilik usaha dapat meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hardiansyah (2019) dan Ekawanti (2019) memiliki kesimpulan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Selain itu, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Latief (2018) memiliki kesimpulan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Lokasi yang dianggap jauh pun kalau konsumen sudah suka dan mencintai produk tersebut, konsumen rela menempuh jarak jauh untuk bisa mendapatkan produk yang disukainya begitupun sebaliknya apabila tidak suka dan tidak mencintai produk tersebut konsumen tidak akan muncul rasa minat beli meskipun dekat.

Berbicara tentang lokasi, lokasi bisnis juga sangat penting dalam mendirikan suatu usaha. Lokasi bisnis harus mempertimbangkan kondisi sekitar, apakah strategis, dekat dengan konsumen, dekat dengan bahan baku, dekat dengan keramaian dan pusat pemasaran lainnya. Adapun fenomena di ayam geprek sa'i Pandaan tentang Lokasi yaitu (1). akses jalan yang dekat dengan terminal dan tempat belanja. (2). lalu lintas yang ramai di tengah kota Pandaan (3). kesediaan tempat parkir yang luas di depan tempat usaha yang luas. (4). lingkungan yang bersih dan nyaman di tengah kota. Dari fenomena yang ada dapat mempengaruhi minat beli pengunjung yang mengetahui lokasi Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan dan muncul pemikiran minat beli terhadap makanan olahan ayam tersebut.

Minat beli merupakan tahap penting karena merupakan kondisi yang mendahului sebelum individu melakukan keputusan pembelian. Minat beli dapat menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang pada akhirnya ketika konsumen harus memenuhi kebutuhannya, maka mereka akan mengaktualisasikan apa yang ada pada benaknya. Banyaknya lokasi tempat berjualan olahan ayam dan nuansa Religiusitas yang mengajak kebaikan di suatu lokasi dengan beragam

keunikannya, banyak masyarakat yang tertarik dengan berprilaku Religius tersebut sehingga menimbulkan minat beli dalam diri masyarakat, terutama generasi muda dimana mereka merupakan pengguna yang mendominasi pada makanan tersebut. Biasanya minat beli konsumen bisa bertahapan ke suatu keputusan pembelian konsumen untuk membeli makanan atau jasa yang ditawarkan.

Terdapat beberapa penelitian mengenai pengaruh lokasi terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen, Menurut penelitian Arrahma Elian Tania, Haris Hemawan, Ahmad Izzuddin Universitas Muhammadiyah Jember (2022) Pada persaingan usaha yang tajam seperti ini, keberhasilan usaha banyak yang ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang yang ada. Karena banyak sekali pemilik usaha yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang usaha yang ada yang menerapkan strategi pemasaran yang tepat terutama pada pemilihan lokasi. Lokasi yang tepat juga menjadikan modal agar mencapai tujuan usaha. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis, selain itu juga memudahkan konsumen untuk menuju lokasi usaha

Berdasarkan pengamatan fenomena yang terjadi, dimensi lokasi dengan tingkatan kualitas produk menjadi bagian dari pertimbangan konsumen dalam membentuk daya tarik atau tingkat minat beli konsumen, minat beli konsumen akan muncul apabila kualitas dan lokasi sangat bisa dijangkau oleh konsumen dan kualitas juga melebihi produk lainnya, oleh sebab itu muncullah suatu pemikiran minat beli konsumen. Minat beli menurut Kotler dan Keller (dalam

suradi *et al.*, 2012), adalah sebuah perilaku konsumen dimana memiliki keinginan dalam membeli suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih menggunakan dan mengkonsumsi atau menginginkan sebuah produk. Faktor faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen berhubungan dan perasaan dan emosi, bila konsumen merasa senang hatinya dan suka (puas) dalam membeli produk atau jasa, maka akan mempengaruhi minat beli konsumen, sebaliknya, ketidakpuasan konsumen bisa menghilangkan minat beli konsumen.

Minat beli menjadi penting karena merupakan kondisi emosional pada diri konsumen yang mendahului sebelum individu melakukan keputusan pembelian, keputusan pembelian sendiri akan muncul apabila pemikiran konsumen sudah yakin tentang reliabilitas tersebut dan tentang lokasi yang mudah di jangkau konsumen dan kualitas produk maka minat beli konsumen juga meningkat dan langkah terakhir keputusan pembelian konsumen akan muncul dengan sendirinya di suatu rencana pembelian konsumen karna banyak konsumen yang memiliki minat beli tpi belum tentu juga melakukan keputusan pembelian dikarenakan faktor lainnya.

Keputusan pembelian adalah salah satu bentuk perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk (Dzulqarnain, 2019). Pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk promosi toko, suasana, tingkat kebersihan, tingkat layanan, harga, nilai, kenyamanan logistik, dan pengalaman ritel (Fitria & Artanti, 2020). Ketika konsumen berbelanja mereka tidak hanya memperhatikan faktor eksternal tetapi

juga faktor internal. Keputusan pembelian dapat dijadikan acuan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat. Pemahaman yang mendalam terhadap konsumen akan memungkinkan pemasaran untuk mempengaruhi proses keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang perusahaan tawarkan (Kotler & Keller,2012).

Lokasi penelitian berada di kecamatan Pandaan adalah sebuah kecamatan di kabupaten Pasuruan, provinsi Jawa Timur, Indonesia. Pandaan menjadi kota perdagangan dan industri perwakilan dari ibukota kabupaten Pasuruan, Bangil. Kota ini berada di 10 km timur laut dari kaki gunung Wilirang, perdagangan dan pusat perbelanjaan di kota Pandaan sangat bersaing di kualitas kenyamanan dan lokasi yang strategis di wilayah Kecamatan Pandaan, warga Kecamatan Pandaan di tahun 2020-2022 berjumlah 111.651 jiwa (Wikipedia,2023).

Berdasarkan fenomena di Kecamatan Pandaan sangatlah strategis untuk diteliti karena pemasaran dan pertumbuhan ekonomi Kecamatan Pandaan ditetapkan sebagai kawasan di wilayah kabupaten yang dinilai memiliki potensi dan prospek untuk mengaktifkan kegiatan-kegiatan ekonomi dalam rangka pertumbuhan ekonomi daerah, Maka dari itu penelitian ini dilakukan di wilayah Kecamatan Pandaan yang berada tepat di tengah kota Pandaan yang mana dekat dengan fasilitas umum seperti tempat belanja, ATM dan terminal Pandaan.

Berdasarkan dari uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti kembali dengan mengambil judul sebagai berikut **‘PENGARUH RELIGIUSITAS DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN**

PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN AYAM GEPREK SA'I DI KECAMATAN PANDAAN'.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan permasalahan dari pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap Minat Beli di rumah makan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan ?
2. Apakah Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di rumah makan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli di rumah makan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan ?
4. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di rumah makan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan?
5. Apakah Minat Beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di rumah makan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, penelitian bertujuan untuk menguji:

1. Mengetahui pengaruh Religiusitas terhadap Minat Beli di rumah makan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan?
2. Mengetahui pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian di rumah makan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan?

3. Mengetahui Lokasi terhadap Minat Beli di rumah makan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan?
4. Mengetahui Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di rumah makan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan?
5. Mengetahui Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian di rumah makan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan?

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih yang bermanfaat untuk menambah literatur terkait dengan religiusitas, lokasi, minat beli dan keputusan pembelian.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi bagi penelitian berikutnya, terutama yang relevan dengan masalah ini.
2. Manfaat praktis
 - a. Diharapkan dapat memberikan informasi maupun sebagai masukan bagi pelaku bisnis pada umumnya.
 - b. Bagi peneliti, untuk meneliti dan mengetahui sejauh mana respon konsumen atas pengaruh religiusitas dan lokasi terhadap minat beli dan keputusan pembelian di Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan.

- c. Bagi tempat penelitian untuk memberikan informasi terhadap manager perusahaan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan.

BAB V

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dari Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli serta untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan punya pengaruh terhadap konsumen ayam geprek sa'i pandaan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli. Hal ini menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,775 lebih besar dari t tabel 1,984 ($4,775 > 1,984$) dan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya H_0 ditolak, berarti hipotesis menyatakan Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.
2. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan. Hal ini menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,822 lebih besar dari t tabel 1,984 ($2,822 > 1,984$) dan nilai probabilitas sebesar 0,006 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,006 < 0,05$), maka keputusannya H_0 ditolak, berarti hipotesis menyatakan Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli. Hal ini menunjukkan nilai t hitung

sebesar 5,628 lebih besar dari t tabel 1,984 ($5,628 > 1,984$) dan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya H_0 ditolak, berarti hipotesis menyatakan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

4. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,200 lebih besar dari t tabel 1,984 ($2,200 > 1,984$) dan nilai probabilitas sebesar 0,030 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,030 < 0,05$), maka keputusannya H_0 ditolak, berarti hipotesis menyatakan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.
5. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,846 lebih besar dari t tabel 1,984 ($3,846 > 1,984$) dan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka keputusannya H_0 ditolak, berarti hipotesis menyatakan Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Bagi Perusahaan Ayam Geprek Sa'i Di Kecamatan Pandaan religiusitas merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Perusahaan ayam geprek sa'i perlu meningkatkan kinerja dengan cara memperketat terkait kedisiplinan karyawan. Apabila terdapat karyawan yang mendapatkan keritik buruk dari konsumen, maka pihak

Perusahaan dapat melakukan tindakan dengan cara memberi surat peringatan atau teguran sesuai dengan tingkat kesalahannya. Kegiatan evaluasi yang tepat pada karyawan akan menciptakan mobilitas Perusahaan yang nyaman bagi konsumen ketika sedang melakukan pembelian. Sehingga dampak dari evaluasi tersebut diharapkan dapat memperkecil resiko buruk yang tidak diinginkan.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat menciptakan terjadinya perilaku keputusan pembelian, misalnya menambah variabel harga, kualitas produk, pengaruh lingkungan, *experience* atau variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Antin Rakhmawati. (2018). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Studi Pads Wardah Beauty House Surabaya). *Jurnal Sketsa Bisnis*, 5(1).
- Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya, E. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (pengenalan plus tren terkini tentang pemasaran global, pemasaran jasa, green marketing, entrepreneurial marketing dan e-marketing)*. (Maya (ed.)). Andi.
- Arikunto, & Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Renika Cipta.
- Dr. Hironymus Ghodang, S.Pd., M. S. (2020). *Path Analysis (Analisis Jalur) konsep & praktik dalam penelitian*. (Fiona Ghodang (ed.)). PT. Penerbit Mitra Group.
- Dr Mashur, R. (2016). *Perilaku Konsumen* (Mutmainnah (ed.); Cetakan 1.). Alauddin University Perss. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Dzulqarnain, I. (2019). Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2).
- Fitria, S., & Artanti, Y. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(1), 37. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, P. H. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Universitas Diponegoro.
- Hermawan, I. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method) - Iwan Hermawan, S.Ag.,M.Pd.I - Google Buku. In *Hidayatul Quran Kuningan*.
- Jannah, L. M., & Prasetyo, B. (2011). Pendekatan Kuantitatif. *Materi Pokok Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Khoirul Faizah, N. (2018). Strategi Pemasaran Produk Pakaian Dengan Sistem Online dan Offline Di Toko Bibishop Grosir Nganjuk. *Journal of Controlled Release*, 11(2), 430–439.
- Kollat & Willet. (1967). Consumer Impulse Purchasing Behavior. *Jurnal Of Marketing Research*, 4, 21–31.
- Kotler, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid I Ed). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran*. (Jilid 1, E). Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis?* (4th ed.).
- Mardiansih, T. sri. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di pasar. 2(1), 1–10.
- Monica, E. (2018). *Pengaruh Harga , Lokasi , Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat*

- Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso*. 2(3), 141–149.
- Morissan, M. A. (2010). *Periklanan (Komunikasi Pemasaran Terpadu)* (1st ed.). Kencana Prenada Media Group.
- Partini, S. T. (2022). Pengaruh Food Ingredients, Sertifikasi Halal, dan Religiusitas terhadap Minat beli Makanan Olahan Halal. *Bulletin of Management and Business*, 3(1), 294–304.
- Satrio, A., & Rachmi Adiarsi, G. (2019). Pengaruh Motivasi Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Beli Laptop Pada Mahasiswa Tangerang. *Communication*, 10(1). <https://doi.org/10.36080/comm.v10i1.814>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Keenam. Bandung : Alfabeta.
- Suprpto, J. (2016). *Statistik: Teori dan Aplikasi* (Erlangga (ed.); 8 Jilid 1).
- Syahputro, E. N. (2020). *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial*. Caremedia Communication.
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo). *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 31–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v4i1.754>
- Laila, S. (2024). Dampak Intellectual Capital Terhadap Sustainability Report Dan Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis)*, 10(1), 25-32.
- Murtadlo, K. (2023). Perilaku petani padi terhadap risiko usahatani pada suku yang berbeda di Jawa Timur. *AGROMIX*, 14(2), 159-166.
- Nata, B. R., Zuhri, A. M., & Silfiah, R. I. (2024). Pembentukan Dimensi Bergotong Royong dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam dan Budi Pekerti di Sekolah Penggerak SMA Darut Taqwa Purwosari Pasuruan. *Jurnal Mu'allim*, 6(2), 236-250.
- Nubaila, R. S., & Huda, M. (2024). Upaya Peningkatan Perempuan dalam Berwirausaha pada Sektor UMKM Melalui Social Entrepreneurship (Studi pada Perempuan di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan). *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 305-314.
- Prianto, A., & Sulhan, M. (2021). PENGEMBANGAN KUBE SEBAGAI PENGEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT MISKIN PENERIMA PKH BERBASIS QUADRUPLE HELIX (STUDI PENGUATAN EKONOMI MASYARAKAT MISKIN PADA PROGRAM KUBE-PKH DI ERA NEW NORMAL DI KABUPATEN PASURUAN). *JURNAL HERITAGE*, 9(2), 194-212.
- Riani, S. (2023). KUALITAS PELAYANAN ADMINISTRASI MELALUI PROGRAM KIOS E-PAKLADI DI DESA PAREREJO KECAMATAN PURWODADI KABUPATEN PASURUAN JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 822-830.
- Rini, R. S. (2023). Efektivitas Pelaksanaan Program Advokasi Kebijakan Stunting (Studi Di Dinas P3ap2kb Kabupaten Pasuruan) (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Rizal, S., & Silfiah, R. I. (2023). TATA KELOLA BADAN USAHA MILIK DESA DALAM

PERSPEKTIF KELEMBAGAAN (STUDI DI DESA BAKALAN KECAMATAN PURWOSARI). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(4), 1-6.

Rossa, & Zulkarnain. (2023). Perkembangan Delik Penodaan Agama Di Indonesia: Perspektif Historis Konstitusional, *Jurnal Hukum*. 5(2), 2620-5556.

Silfiah, R. I. (2023). ANALISIS KINERJA BIROKRASI PEMERINTAHAN DESA PADA PERANGKAT DESA PAREREJO KECAMATAN PURWODADI KABUPATEN PASURUAN JAWA TIMUR. *Journal Publicuho*, 6(3), 831-838.

Silfiah, R. I., & Mufida, N. (2024). Strategy To Improve Family Card Administration Service In Purwosari Village, Purwosari District, Pasuruan Regency. *Jurnal DIALEKTIKA: Jurnal Ilmu Sosial*, 22(1), 29-42.

Silfiah, R. I., & Rossa, S. S. (2023). Pengelolaan Retribusi Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah di Kota Pandaan. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 10(2), 236-253.

SILFIAH, Rossa Ilma. Perbandingan Tindak Pidana Makar dalam KUHP Indonesia, Malaysia, Austria dan Konsep Hukum Islam. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, [S.l.], v. 6, n. 1, p. 229-238, mar. 2021. ISSN 2527-8495. Available at: <<https://journal2.um.ac.id/index.php/jppk/article/view/19055>>. Date accessed: 04 oct. 2024. doi:<http://dx.doi.org/10.17977/um019v6i1p229-238>.

Sulhan, M., Mauludin, A., & Astutuik, W. (2022). Peran Work Productivity Pada Pengaruh Knowledge Sharing dan Perilaku Inovatif Terhadap Employee Performance. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 9(2), 204-213.

Sulistiyawan, A., Khusnah, W. D., & Murtadlo, K. (2022). Results and Comparison of Volatility Between Prices Between IHSG And ISSI: A Case Study of The Turmoil Period 2020-2021. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1), 51-68.

Suwandono, M. A., Huda, M., & Ajizah, N. (2022). TRANSFORMASI UMKM PRODUK UNGGULAN DI KABUPATEN PASURUAN PADA MASA PANDEMI COVID 19 MENGGUNAKAN TECHNOSOCIOPRENEUR. *Maker: Jurnal Manajemen*, 8(2), 192-199.

Suwardi, S., & Silfiah, R. I. (2022). Legal Protection For Buyers Condotel Affected Pandemics Covid-19. *Pattimura Law Journal*, 6(2), 69-94.

TIMUR-INDONESIA, P. J. KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DALAM MEKANISME PELAYANAN KARTU KELUARGA DI KECAMATAN PURWOSARI KABUPATEN PASURUAN.

Rosidah, I., Afif, N. A., Nadzir, M., Masyhuri, M., Laila, P. N., & Ahwan, Z. (2021). Woman Sensual Dance di Social Media Tiktok dalam Relasinya dengan Stigmatisasi Perempuan dan Imitative Culture:(Tinjauan Analisis Wacana Sara Mills). *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 49-64.

Ahwan, Z., Anwar, K., & Riswandari, N. (2023). Self Concept-Indigenous Local Leadership Dukun Pandita Sebagai Pemangku Adat Suku Tengger Di Desa Tosari Kabupaten Pasuruan. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(2), 205-222.

Ainiyah, R., Nugroho, E. D., Fathurrohman, A., Ahwan, Z., Dayat, M., Wibisono, M., ... & Anam, K. (2023). Formulasi Insektisida Nabati Kombinasi Daun Brugmansia suaveolens Bercht. & J. Presl dan Daun Swietenia macrophylla King untuk Mengendalikan Hama Hypothenemus hampei Ferr. *Agrikultura*, 34(2), 218-227.