

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran, n.d.

Aisya, Sitti dkk. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu. (*Jurnal: Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*. Volume 2, Nomor 1. Tahun 2022)

Amelia, Siska Maldim. Pengaruh Marketing Mix 4P Terhadap Minat Beli Konsumen di DaeJang Geum Restorand Rosedale Kota Batam. (*Jurnal: Bening*, Volume 9, Nomor 2. Tahun 2022)

Anggit Listyoningrum dan Albari . Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya. (*Jurnal: Ekonomi & Keuangan Islam*. Volume 2, Nomor 1. Tahun 2012)

Ayu, Ida Trisna Wijyanthi, dkk. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toosi Coffee Di Berawa Badung Bali. (*jurnal: Economina*. Volume 1, Nomor 2. Tahun 2022) Basri, Hasan. Pengaruh Tempat Usaha Jual Beli Terhadap Keuntungan Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. (*Jurnal: Produdice*. Volume 3, Nomor 1. Tahun 2021)

Carmitha Nurfaizah, Fatima. Implementasi Strategi Islamic Marketing Mix Pada Kokumi Transmart Rungkut Surabaya. (*Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Volume 4, Nomor 1. Tahun 2021)

Dwi, Cahya Agus, dkk. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Konveksi Ega Collection. (*Jurnal: Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, Volume 23, Nomor 2. Tahun 2021)

Ermawati, Riza Putri Utami dan Irham Pakkawu. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Nasi Kuning Puput Di Kayumalue. (*Jurnal: Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. Volume 2, Nomor 1. Tahun 2020)

Firmansyah, Anang. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*, (Jawa Timur: Qiara Media, 2019)

- Godang Wardiman, Ivan. Pengaruh Marketing Mix 4p Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal: Manajemen dan akuntansi* (2022).
- Hidayati, Umi. Penerapan Strategi Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Usaha Mahasiswa di Perguruan Tinggi. (*Jurnal: Studi Sosial*. Volume 6, Nomor 2. Tahun 2021)
- Holfian Daulat Tambun Seribu dan Euodia Grace Maranatha. Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan pada PT.Astragraphia Medan. (*Jurnal Manajemen*. Volume 6, Nomor 1. Tahun 2020)
- Huda, Rojaul. Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Sektor Pariwisata di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. (*Jurnal Masalah-Masalah Sosial*. Volume 11, Nomor 2. Tahun 2020)
- Jacklin Gerung, Christy. dkk, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado (*Jurnal EMBA*. Volume 5, Nomor 2. Tahun 2017)
- Masruhin, “*Pengaruh Marketing Mix Produk, Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus di Sanggar Punokawan di Dusun Krebet, Sendangsari, Pajangan, Bantul*”,(Skrpsi. Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Alma Ata Yogyakarta).
- Moh. Muhlis Anwar. Marketing Mix dalam Dual Persepektif (Konvensional dan Syariah). (*Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Volume 6, Nomor 1. Tahun 2022)
- Oentoro, Deliyanti. *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : LaksBangPRESSindo, 2012)
- Philip Kotler, AB. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2001).
- Sehendro, Dedi. Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mini Market Indomart dan Alfamart di Kota Pematangsiantar. (*Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*. Volume 5, Nomor 2. Tahun 2019)

- Shihab Muhamamad Quraish, “*Pengantin Al-Qur’an*”, (Jakarta: Lentera Ekosiana, 2007)
- Silaningsih dkk, Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan, *Jurnal : Marketing mix terhadap minat beli konsumen* (2018).
- Sugiyono,. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke delapan, (Bandung : CV. Alfabeta, 2014)
- Suparman, Dadang. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Spare Part Motor di PT. SLM (Selamat Lestari Mandiri). (*Jurnal: Ekonomedia*. Volume 7, Nomor 2. Tahun 2018)
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Edisi ke – 3, (Yogyakarta: Andi, 2008)
- Usmaeti, “ *Makna Keberagaman Dalam Wisata Ziarah: Studi Deskriptif di Makam Syekh Muhammad Sholeh Gunung Santri Bojonegara Serang Banten*”, (Skripsi. Jurusan Studi Agama-Agama Universitas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Wandi, Jonathan dan Diah Dharmayanti. ANALISA Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Akan Produk Mie Lopo Timor Melalui Motivasi Sebagai Variable Intervening. (*Jurnal: Manajemen Pemasaran Petra*. Volume 2, Nomor 1. Tahun 2014)
- Wilson Setiawan dan Drs. Sugiono Sugiharto M.M. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G di Surabaya. (*Jurnal Manajemen Pemasaran*. Volume 2, Nomor 1. Tahun 2014)
- Yolanda dan Darmanitya Harseno Wijanarko. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. (*Jurnal: Manajemen*. Volume 6, Nomor 1A. Tahun 2018)
- Yulie Suryani dan Vina Kumala. Magnet Wisata Religi Sebagai Perkembangan Ekonomi Masyarakat di Kurai Taji Kabupaten Padang

Pariaman. (*Jurnal Inovasi Penelitian*. Volume 2, Nomor 1. Tahun 2021)

Yusuf Hamali, Arif. *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, (Jakarta: Kencana, 2016).

Lampiran 1, Kuesioner

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada pada kuesioner ini.
2. Berikan tanda ceklis pada pertanyaan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pertanyaan yaitu:
 - Sangat Setuju (SS) : Nilai skor 5
 - Setuju (S) : Nilai skor 4
 - Kurang Setuju (KS) : Nilai skor 3
 - Tidak Setuju (TS) : Nilai skor 2
 - Sangat Tidak Setuju (STS): Nilai skor 1

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
	Product (Produk) X ¹					
1.	-Saya mengetahui produk tasbih biji kepuh					
2.	-Saya mengetahui fungsi dari tasbih biji kepuh -Fungsi dari tasbih biji kepuh sangat bermanfaat					
3.	-Menurut saya tasbih biji kepuh dapat bertahan lama					
4.	-Tampilan dari tasbih biji kepuh sangat menarik					
5.	-Desain produk menurut saya sangat menarik					
	Price (Harga) X ²					
1.	-Tasbih biji kepuh harganya terjangkau oleh saya					
2.	-Kualitas tasbih sesuai dengan harganya					
3.	-Tasbih biji kepuh dapat bersaing dengan produk sejenisnya					
4.	-Harga pada tasbih biji kepuh sesuai					

	dengan manfaat yang saya terima					
	Place (Tempat) X ³					
1.	-Tempat penjualan tasbih biji kepuh dekat dengan masyarakat					
2.	-Lokasi penjualan tasbih biji kepuh dekat dengan pasar (konsumen)					
3.	-Tempat penjualan tasbih biji kepuh dekat dengan tempat wisata					
	Promotion (Promosi) X ⁴					
1.	-Saya mengetahui produk tasbih biji kepuh dari personal selling					
2.	-Saya mengetahui produk tasbih biji kepuh dari iklan					
3.	-Saya mengetahui produk tasbih biji kepuh dari sosial media					
	Minat beli konsumen (Y)					
1.	-Saya tertarik membeli tasbih biji kepuh					
2.	-Menurut saya harga tasbih biji kepuh sangat murah					
3.	-Saya mempercayai kualitas tasbih biji kepuh itu bagus					
4.	-Promosi dari tasbih biji kepuh sangatlah menarik terhadap minat beli konsumen					
5.	-Tempat pada penjualan tasbih biji kepuh sangatlah stategis					
6.	-Penjual tasbih biji kepuh sangatlah ramah					

Lampiran 2, Hasil SPSS
Uji T dan Uji Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.652	1.578		4.215	.000
	Produk	.151	.103	.078	1.467	.146
	Price (Harga)	.617	.157	.266	3.938	.000
	Place (Tempat)	.444	.153	.167	2.894	.005
	Promotion (promosi)	1.554	.152	.548	10.235	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

UJI Multi Kolineritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.652	1.578		4.215	.000		
	Produk	.151	.103	.078	1.467	.146	.534	1.874
	Price (Harga)	.617	.157	.266	3.938	.000	.332	3.013
	Place (Tempat)	.444	.153	.167	2.894	.005	.453	2.208
	Promotion (promosi)	1.554	.152	.548	10.235	.000	.525	1.903

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual	
N	100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.46942309
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.115
	Negative	-.081
Test Statistic	.115	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.069 ^c	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

.698	4
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	3
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.670	5
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.801	6

Adjusted R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.221 ^a	.857	.010	1.98182

a. Predictors: (Constant), Minat Beli(X)

b. Dependent Variable: Produk, Price, Place, Promotion(Y)

		P1	P2	P3	P4	P5	X1	P6	P7	P8	P9	X2	P10	P11	P12	X3	P13	P14	P15	X4	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	
P1	Pearson Correlation	1	.463*	.345*	.309**	.273**	.600*	.349*	.549**	.417*	.395*	.574*	.386*	.503*	.476**	.542**	.375*	.455*	.302**	.483**	.217*	.578**	.506**	.586**	.557**	.459*	.496*	
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.002	.008	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
P2	Pearson Correlation	.463*	1	.525*	.553**	.438**	.770*	.304*	.392**	.328*	.309*	.451*	.243*	.290*	.313**	.336**	.262*	.344**	.422**	.443**	.222*	.262*	.303**	.315**	.437**	.324*	.214*	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.003	.000	.001	.002	.000	.018	.004	.002	.001	.010	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
P3	Pearson Correlation	.345*	.525*	1	.645**	.559**	.811*	.501*	.274**	.261*	.355*	.495*	.375*	.322*	.452**	.455**	.209*	.416*	.383**	.434**	.438**	.208*	.326**	.348**	.376**	.330*	.163*	
	Sig. (2-tailed)				.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.007	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.042	.000	.000	.000	.043	.000	.001	.000	.010	.000	.010	
P4	Pearson Correlation	.309	.553	.645	1.567	.828	.413	.300	.367	.406	.514	.273	.288	.442	.399	.004	.408	.363	.335	.500	.137	.102	.739	.423	.337	107.4
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.007	.005	.000	.000	.967	.000	.000	.001	.000	.185	.292	.007	.000	.001	303.0
P5	Pearson Correlation	.273	.438	.559	.567	1.773	.605	.234	.345	.313	.537	.316	.304	.367	.391	.009	.500	.438	.414	.653	-.018	.173	.243	.409	.186	-.402
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.022	.001	.002	.000	.002	.003	.000	.000	.933	.000	.000	.000	.000	.861	.094	.001	.000	.007	1833.0
X1	Pearson Correlation	.600	.770	.811	.828	.773	1.581	.447	.451	.467	.676	.416	.442	.537	.554	.205	.560	.504	.544	.499	.283	.344	.475	.574	.433	231.6
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.046	.000	.000	.000	.000	.005	.001	.000	.000	.000	.000
P6	Pearson Correlation	.349	.304	.501	.413	.605	1.581	.126	.365	.350	.691	.494	.464	.425	.546	.073	.485	.482	.455	.526	.055	.244	.294	.447	.210	053.4
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.000	.000	.000	.000	.224	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.480	.000	.000	.000	.000	.595	.017	.000	.000	.004	1610.0
P7	Pearson Correlation	.549	.392	.274	.300	.234	1.126	.486	.561	.693	.297	.416	.443	.461	.447	.387	.306	.482	.204	.655	.535	.534	.441	.579	.583	.619

	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95
P12	Pearson Correlation	.476**	.313**	.452**	.442**	.367**	.537**	.425**	.443**	.445**	.432**	.595**	.481**	.711**	1.876**	.438**	.474**	.391**	.554**	.458**	.299**	.404**	.484**	.562**	.529**	.388**	.613**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	
X3	Pearson Correlation	.542**	.336**	.455**	.399**	.391**	.554**	.546**	.461**	.543**	.554**	.722**	.767**	.878**	.876**	1.491**	.495**	.464**	.624**	.446**	.381**	.530**	.502**	.620**	.475**	.397**	.712**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	
P13	Pearson Correlation	.375**	.262**	.209**	.004**	.009**	.205**	.073**	.447**	.365**	.348**	.394**	.392**	.408**	.438**	.491**	1.319**	.188**	.631**	.024**	.410**	.443**	.364**	.196**	.490**	.436**	.510**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.042	.967	.933	.046	.480	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.069	.000	.818	.000	.000	.000	.057	.000	.000	.000	
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	
P14	Pearson Correlation	.453**	.343**	.416**	.408**	.500**	.560**	.485**	.387**	.496**	.555**	.660**	.293**	.473**	.474**	.495**	.319**	1.706**	.874**	.441**	.244**	.293**	.363**	.518**	.419**	.180**	.711**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.017	.000	.000	.000	.000	.000	.081	
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	
P15	Pearson Correlation	.302**	.422**	.383**	.363**	.438**	.504**	.482**	.306**	.377**	.510**	.584**	.317**	.458**	.391**	.464**	.188**	.706**	1.824**	.546**	.177**	.323**	.315**	.483**	.291**	.145**	.713**	

	sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.069	.000	.000	.086	.000	.002	.000	.004	.162	.000				
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95			
X4	Pearson Correlation	.483	.443	.434	.338	.413	.549	.452	.486	.530	.608	.704	.427	.574	.557	.620	.631	.874	.824	.144	.135	.454	.445	.517	.510	.322	.84		
	sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000		
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	
P16	Pearson Correlation	.217	.222	.438	.500	.465	.499	.526	.204	.282	.421	.513	.273	.387	.458	.446	.024	.441	.546	.441	.104	.061	.132	.247	.351	.260	.024	.518	
	sig. (2-tailed)	.035	.031	.000	.000	.000	.000	.000	.047	.006	.000	.000	.008	.000	.000	.000	.818	.000	.000	.000	.659	.191	.016	.000	.011	.181	.140	.000	
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95
P17	Pearson Correlation	.578	.262	.208	.137	.018	.283	.055	.655	.308	.300	.417	.329	.337	.299	.381	.410	.244	.177	.352	.046	1.50	.459	.352	.517	.659	.514		
	sig. (2-tailed)	.000	.010	.043	.185	.861	.005	.595	.000	.002	.003	.000	.001	.001	.003	.000	.000	.017	.086	.000	.659	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95
P18	Pearson Correlation	.506	.303	.268	.109	.173	.340	.244	.538	.407	.388	.521	.506	.430	.409	.530	.443	.299	.322	.453	.135	.505	.161	.492	.531	.540	.64		
	sig. (2-tailed)	.000	.003	.009	.292	.094	.001	.017	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.001	.000	.191	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95

P19	Pearson Correlation	.586**	.315**	.348**	.273**	.324**	.475**	.429**	.534**	.543**	.469**	.665**	.498**	.540**	.484**	.602**	.364**	.363**	.315**	.445**	.247**	.459**	.616**	1.531**	.521**	.633**	.619**	
	sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.007	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.016	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95
P20	Pearson Correlation	.557**	.437**	.376**	.423**	.409**	.574**	.447**	.441**	.460**	.418**	.603**	.530**	.475**	.562**	.620**	.196**	.518**	.483**	.513**	.351**	.352**	.495**	.531**	1.403**	.332**	.615**	
	sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.057	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95
P21	Pearson Correlation	.519**	.328**	.320**	.337**	.186**	.433**	.210**	.579**	.343**	.466**	.526**	.307**	.355**	.529**	.475**	.490**	.419**	.291**	.510**	.260**	.517**	.535**	.521**	.403**	1.545**	.710**	
	sig. (2-tailed)	.000	.001	.002	.001	.071	.000	.041	.000	.000	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95
P22	Pearson Correlation	.496**	.214**	.163**	.107**	-.022**	.231**	.053**	.583**	.364**	.349**	.427**	.301**	.311**	.388**	.397**	.439**	.180**	.145**	.322**	.024**	.659**	.546**	.633**	.332**	.545**	1.511**	
	sig. (2-tailed)	.000	.037	.115	.303	.833	.024	.610	.000	.000	.001	.000	.003	.002	.000	.000	.000	.081	.162	.000	.814	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	↓	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95	.95
Y	Pearson Correlation	.647**	.486**	.494**	.434**	.421**	.643**	.499**	.659**	.587**	.658**	.811**	.544**	.636**	.663**	.732**	.540**	.741**	.753**	.874**	.548**	.584**	.676**	.699**	.695**	.700**	.591**	1.111**

Lampiran 3, Tabel distribusi t

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198

14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624

30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607

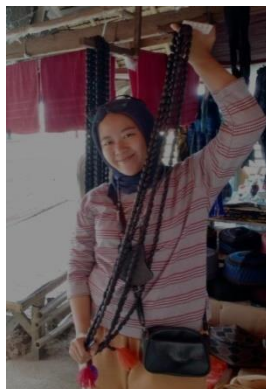
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171

61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249

76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222

92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Lampiran 4 Dokumntasi





**KEPUTUSAN REKTOR
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
NOMOR 1200 TAHUN 2022**

**TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
TAHUN ANGGARAN 2022**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
REKTOR UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

- Menimbang** :
- a. Bahwa untuk menyelesaikan ujian Sarjana bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dipandang perlu untuk menunjuk Pembimbing Utama dan Pembimbing Pembantu;
 - b. Bahwa mahasiswa tersebut perlu memperoleh bimbingan yang sebaik-baiknya dalam menyelesaikan Skripsi, sehingga dapat menyelesaikan studi kesajaranaannya;
 - c. Bahwa Saudara Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M., CHCM. dan Saudara Fitri Raya, M.Ek. masing-masing Dosen UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten telah memenuhi syarat untuk diangkat sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Pembantu.
- Mengingat** :
1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 3. Keputusan Presiden RI Nomor 39 Tahun 2017 tentang Perubahan IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten menjadi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 4. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 23 tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 383 tahun 1997 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana S1;
 6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 32 tanggal 26 September 2017 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 026483/B.II/7/2021 tanggal 26 Juli 2021 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 8. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 872/Un.17/BA.III.2/KP.07.6/08/2021 Tanggal 27 Agustus 2021 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 9. Surat Keputusan Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Nomor 224 Tahun 2022 tanggal 26 Januari 2022 tentang Kalender Akademik tahun Akademik 2022-2023.
- Memperhatikan** :
- Surat Ketua Jurusan Ekonomi Syariah tentang Pengesahan Sidang Diskusi Proposal Penelitian Skripsi tanggal 29 November 2022
a.n. : Nida Maulidiah
NIM : 191410149

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : **KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN TAHUN ANGGARAN 2022**
- Kesatu : Mengangkat Saudara **Dr. H. Syaeful Bahri, S.Ag., M.M., CHCM.** sebagai Pembimbing Utama dan Saudara **Fitri Raya, M.Ek.** sebagai Pembimbing Pembantu bagi mahasiswa tersebut di atas dengan judul skripsi: **Pengaruh Marketing Mix dalam Penjualan Tasbih Biji Kepuh Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kerajinan Tangan Rumahan Pak Damin, Gunung Santri Bojonegara).**
- Kedua : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan tersebut untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.
- Ketiga : Keputusan ini berlaku dimulai sejak tanggal ditetapkan.

Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.



Ditetapkan : Serang
Pada Tanggal : 30 November 2022

**Tembusan:**

1. Para Wakil Dekan 1,2,3;
2. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah;
3. Bendahara UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
4. Mahasiswa yang bersangkutan; dan
5. Arsip