

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM PADA  
KONSUMEN QILA *BOUTIQUE* JAMBLANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**NIM : 1908204025**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**SYEKH NURJATI CIREBON**

**1444 H / 2023 M**

## ABSTRAK

NURMUNIROH AL FAJRI NIM : 1908204025, “*PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM PADA KONSUMEN QILA BOUTIQUE JAMBLANG*”, 2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan promosi terhadap keputusan pembelian busana muslim pada konsumen *Qila Boutique* Jamblang.

Penelitian ini menggunakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk busana muslim di *Qila Boutique* Jamblang. Data yang diperoleh dari penyebaran angkat. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan purposive sampling sebanyak 280 yang dihitung menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 5 %. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari analisis data uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan promosi secara parsial mempengaruhi variabel keputusan pembelian busana muslim pada konsumen *Qila Boutique* Jamblang. Kemudian variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian busana muslim pada *Qila Boutique* Jamblang. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh perhitungan sebesar 63,1% keputusan pembelian konsumen ditentukan oleh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan promosi, serta sisanya 36,9% dijelaskan oleh variabel lain.

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi, Keputusan Pembelian.*

## ABSTRACT

NURMUNIROH AL FAJRI. NIM : 1908204025, "THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, TRUST, AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISIONS OF MUSLIM CLOTHING AT QILA BOUTIQUE JAMBLANG CONSUMERS", 2023.

*This study aims to determine the partial and simultaneous effect of service quality, trust, and promotion variables on Muslim fashion purchasing decisions for Qila Boutique Jamblang consumers.*

*This study uses survey research with a quantitative approach. The population in this study are consumers who buy Muslim fashion products at Qila Boutique Jamblang. Data obtained from the spread of lift. The sampling technique used purposive sampling of 280 which was calculated using the slovin formula with an error rate of 5%. The data analysis technique used is the research instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, hypothesis test, and coefficient of determination test.*

*The results of the analysis of the t-test data in this study show that the variables of service quality, trust, and promotion partially affect the purchasing decision of Muslim fashion variables for Qila Boutique Jamblang consumers. Then the variables of service quality, trust, and promotion simultaneously influence the purchasing decision of Muslim fashion at Qila Boutique Jamblang. The results of the test for the coefficient of determination obtained by a calculation of 63.1% of consumer purchasing decisions are determined by service quality, trust, and promotions, and the remaining 36.9% is explained by other variables.*

**Keywords:** Service Quality, Trust, Promotion, Purchase Decision.

## خلاصة

نورمنيره الفجري NIM: 1908204025 . ، "تأثير جودة الخدمة والثقة والترويج لقرارات شراء الملابس الإسلامية في مستهلكي" 2023 ، QILA BOUTIQUE JAMBLANG

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد التأثير الجزئي والمترافق لجودة الخدمة ومتغيرات الثقة والترويج على قرارات شراء الأزياء الإسلامية لمستهلكي *Qila Boutique Jamblang*.

تستخدم هذه الدراسة البحث الاستقصائي مع نهج كمي. السكان في هذه الدراسة هم من المستهلكين الذين يشترون منتجات الأزياء الإسلامية في *Qila Boutique Jamblang*. تم الحصول على البيانات من انتشار المصعد. استخدمت تقييةأخذ العينات عينة هادفة من 280 والتي تم حسابها باستخدام معادلة slovin بمعدل خطأ 5%. تقيية تحليل البيانات المستخدمة هي اختبار أداة البحث ، واختبار الافتراض الكلاسيكي ، واختبار تحليل الانحدار الخطي المتعدد ، واختبار الفرضية ، واختبار معامل التحديد.

تظهر نتائج تحليل بيانات t-test في هذه الدراسة أن متغيرات جودة الخدمة والثقة والعروض الترويجية تؤثر جزئياً على قرار الشراء لمتغيرات الموضة الإسلامية لمستهلكي *Qila Boutique Jamblang*. ثم تؤثر متغيرات جودة الخدمة والثقة والترويج في وقت واحد على قرار الشراء للأزياء الإسلامية في *Qila Boutique Jamblang*. يتم تحديد نتائج اختبار معامل التحديد الذي تم الحصول عليه بحساب 63.1% من قرارات شراء المستهلك من خلال جودة الخدمة والثقة والعروض الترويجية ، ويتم تفسير النسبة المتبقية 36.9% بمتغيرات أخرى.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة ، الثقة ، الترويج ، قرار الشراء.



## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

### **SKRIPSI**

#### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM PADA KONSUMEN QILA BOUTIQUE JAMBLANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

Nurmuniyah Al Fajri

NIM: 1908204025

Pembimbing :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Ema Nurkhaerani, S.H., M.H.

**NIP. 19900716 201710 3 201**

Diana Djuwita, M.M

**NIP. 19800314 200801 2 018**

Mengetahui :

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



Dr. Layamana, SE., M.Si

**NIP. 19721007 201101 1 002**

## NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

di

Cirebon

***Assalamu'alaikum Wr.Wb***

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i **Nurmuniyah Al Fajri**, NIM : 1908204025 dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM PADA KONSUMEN QILA BOUTIQUE JAMBLANG**". Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosyahkan.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb.***

Menyetujui :

Pembimbing I

**Ema Nurkhaerani, S.H., M.H**

**NIP. 19900716 201710 3 201**

Pembimbing II

**Diana Djuwita, M.M**

**NIP. 19800314 200801 2 018**

Mengetahui :

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM PADA KONSUMEN QILA BOUTIQUE JAMBLANG”**, oleh **Nurmuniroh Al Fajri, NIM : 1908204025**, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 9 Maret 2023.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



Penguji I,

**Dr. Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP. 19730526 200501 1 004

Penguji II,

**Abdul Muizz Abdul Wadud K.A., M.Si**  
NIP. 19870827 201903 1 009

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di kabupaten cirebon tanggal 04 Mei 2001. Dengan penuh kasih sayang dibesarkan dengan diberi nama Nurmuniroh Al Fajri. Penulis adalah anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Tumbal dengan Ibu Nurmaeni.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh adalah :

1. SDN 1 BOJONG LOR pada tahun (2007 – 2013)
2. SMPN 1 JAMBLANG pada tahun (2013 -2016)
3. SMKN 1 JAMBLANG pada tahun (2016 – 2019)

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syari'ah dan mengambil judul skripsi "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM PADA KONSUMEN QILA BOUTIQUE JAMBLANG**", dibawah bimbingan Ibu Ema Nurkhaerani, S.H., M.H dan Ibu Diana Djuwita, M.M.



## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

*Bismiillahirrahmanirrahim*

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nurmuniroh Al Fajri

NIM : 1908204025

Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 04 Mei 2001

Alamat : Desa Bojong Lor Kec.Jamblang Kab.Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIM PADA KONSUMEN QILA BOUTIQUE JAMBLANG**” ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Semua ide, pendapat, atau bahan dari sumber lain telah dikutip dengan refrensi yang sesuai.

Sehubungan dengan pernyataan ini, saya siap untuk menanggung segala risiko atau sanksi yang dikenakan kepada saya berdasarkan peraturan yang berlaku jika di kemudian hari terjadi pelanggaran etika ilmiah atau kebenaran pekerjaan saya.

Cirebon, 21 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Nurmuniroh Al Fajri

NIM. 1908204025

## **KATA PERSEMBAHAN**

Alhamdulilah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat saya sayangi terutama ayahanda tercinta Bapa Tumbal dan Ibunda tercinta Ibu Nurmaeni yang telah memberikan kasih sayang, mengerahkan tenaga, doa dan fikiranya untuk mendukung proses perkuliahan. Karya sederhana ini sebagai tanda bakti dan rasa terimakasih yang tak terhingga untuk segala kasih sayang, pengorbanan, dukungan dan doa demi masa depan yang cerah untuk anakmu ini yang pasti tak tergantikan.

Untuk Adiku A'bdan Syakuro yang selalu membuatku terhibur ketika penak dirumah dan terimakasih banyak pula untuk kedua pamanku Giri Nurnpala dan Susila Harja atas nasehat dan motivasi, kalian selalu melakukan yang terbaik untuk ponakanmu ini. Terimakasih juga untuk seseorang yang special (Andi Ismanto A.Md.Fram) yang membuat saya bangkit kembali agar lebih semangat dalam menyusun skripsi ini.

Terimakasih juga untuk sahabat-sahabat aku Runia, Tiara, Syadaah, Musfiroh, Mauliandini, Indah, Sukmawati kalian selalu memberiku semangat dan selalu mendukungku dan teman-temanku jurusan Ekonomi Syariah 2019 yang tak bisa disebutkan satu persatu.

**MOTTO**

**“ KESULITAN AKAN MENDATANGKAN KEMUDAHAN”**



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Pada Konsumen Qila *Boutique* Jamblang” dengan baik.

Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sahabat dan ummatnya semoga syafaatnya dan pertolongannya kita dapatkan di Yaumul Mahsyar, aamiin.

Laporan hasil penelitian skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat adanya dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu saya ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak :

1. Bapak Prof. Dr. H.Aan Jaelani, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H.Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Layaman, S.E., M.Si, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak H.Achmad Otong Bustomi, Lc., M.Ag, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
6. Ibu Ema Nurkhaerani, S.H., M.H dan Ibu Diana Djuwita, M.M, selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan pertimbangan-pertimbangan bermakna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Ibu I'ah selaku pemilik Qila *Boutique* Jamblang dan karyawan yang telah banyak membantu penulis selama penelitian skripsi di Qila *Boutique* Jamblang.

8. Orang tua saya tercinta yaitu Bapak Tumbal dan Ibu Nurmaeni, serta Adiku A'bdan syakuro, dan keluarga besar yang telah memberikan do'a, motivasi, dan kasih sayang yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Teruntuk orang yang sangat special Andi Ismanto A.Md. Far dan Pratu Santoso yang telah membuat saya bangkit dan termotivasi untuk segera menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Tiara, Musfiyah, Sofi, Hilya sebagai salah satu penyemangat, penasehat, partner diskusi yang selalu membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Runia, Syadaah, Maul, Indah, Shifa sebagai salah satu teman terbaik yang mampu mensuport segala hal dan memberikan semangat disaat semuanya tidak baik-baik saja.
12. Keluarga besar Ekonomi Syariah 2019 "A", keluarga organisasi, KKN dan mahasiswa jurusan ekonomi syariah yang telah memberikan semangat, motivasi, dan dukungan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang penulis tidak sebutkan satu persatu, saya sampaikan terima kasih dan semoga segala kebaikanya dapat mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT. Aamin.

Cirebon, 21 Februari 2023

Penulis



**Nurmuniroh Al Fajri**

NIM. 1908204025

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	iv
<b>NOTA DINAS.....</b>	v
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	vi
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	vii
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....</b>	viii
<b>KATA PERSEMBERAHAN .....</b>	ix
<b>MOTTO .....</b>	x
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	xi
<b>DAFTAR ISI.....</b>	xiii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xviii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xix
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Batasan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	13
A. Telaah Pustaka .....	13
1. Kualitas Pelayanan.....	13

a.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
b.	Indikator Kualitas Pelayanan .....	14
c.	Jenis – jenis Kualitas Pelayanan .....	16
d.	Kualitas Pelayanan Dalam Islam .....	17
<b>2.</b>	<b>Kepercayaan Konsumen .....</b>	<b>18</b>
a.	Pengertian Kepercayaan Konsumen .....	18
b.	Jenis-jenis Kepercayaan Konsumen .....	19
c.	Indikator Kepercayaan .....	21
d.	Membangun Kepercayaan Konsumen .....	22
e.	Kepercayaan Dalam Islam.....	24
<b>3.</b>	<b>Promosi.....</b>	<b>26</b>
a.	Pengertian Promosi .....	26
b.	Tujuan dan Sasaran Promosi.....	27
c.	Indikator Promosi .....	29
d.	Promosi dalam Islam .....	31
<b>4.</b>	<b>Keputusan Pembelian .....</b>	<b>32</b>
a.	Pengertian Keputusan Pembelian .....	32
b.	Peranan Dalam Keputusan Pembelian .....	33
c.	Tahapan Proses Keputusan Pembelian .....	35
d.	Indikator Keputusan Pembelian.....	37
e.	Keputusan Pembelian Dalam Islam.....	38
<b>B.</b>	<b>Literatur Review .....</b>	<b>39</b>
<b>C.</b>	<b>Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....</b>	<b>46</b>
<b>1.</b>	<b>Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>46</b>
<b>2.</b>	<b>Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>49</b>

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
<b>A. Metode Penelitian.....</b>	<b>51</b>
<b>1. Jenis Penelitian .....</b>	<b>51</b>
<b>2. Lokasi Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>3. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>52</b>
a. Populasi.....	52
b. Sampel .....	52
<b>4. Sumber Data Penelitian .....</b>	<b>54</b>
<b>5. Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>55</b>
a. Kuesioner .....	55
b. Dokumentasi .....	55
<b>6. Instrumen Penelitian .....</b>	<b>56</b>
<b>7. Variabel Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>8. Operasional Variabel Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>B. Metode Analisis Data .....</b>	<b>60</b>
<b>1. Uji Instrumen Penelitian.....</b>	<b>60</b>
a. Uji Validitas.....	60
b. Uji Reliabilitas .....	61
<b>2. Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>61</b>
a. Uji Normalitas.....	61
b. Uji Multikolinearitas.....	62
c. Uji Heterokedastisitas .....	62
d. Uji Linieritas .....	62
<b>3. Analisis Regresi Linier Berganda .....</b>	<b>63</b>
<b>4. Uji Hipotesis .....</b>	<b>64</b>

a) Uji t (Uji Parsial).....	64
b) Uji f (Uji Simultan).....	64
<b>5. Koefisien Determinasi (R Square) .....</b>	<b>65</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>66</b>
<b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>66</b>
1. Sejarah Qila <i>Boutique</i> Jamblang .....	66
2. Visi dan Misi Qila <i>Boutique</i> .....	68
3. Sistem Kerja.....	68
<b>B. Hasil Penelitian.....</b>	<b>69</b>
1. Karakteristik Responden.....	69
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	73
3. Uji Instrumen Penelitian.....	81
a. Hasil Uji Validitas .....	81
b. Hasil Uji Reliabilitas.....	83
4. Uji Asumsi Klasik .....	84
a. Uji Normalitas.....	84
b. Uji Multikolinearitas.....	85
c. Uji Heteroskedastisitas .....	86
d. Uji Linieritas .....	87
5. Uji Regresi Linear Berganda.....	89
6. Uji Hipotesis .....	90
a. Uji t (Parsial).....	90
b. Uji F (Simultan).....	93
7. Uji Koefisien Determinasi (R2) .....	94
<b>C. Analisis Ekonomi.....</b>	<b>94</b>
<b>D. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>95</b>

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
A. Kesimpulan .....	101
B. Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSATAKA .....</b>	<b>103</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pembelian .....	7
Tabel 2.1 Literatur Review .....	39
Tabel 3.1 Skala Likert .....	56
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	58
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	71
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	72
Tabel 4.5 Gambaran Variabel Kualitas Pelayanan .....	73
Tabel 4.6 Gambaran Variabel Kepercayaan .....	75
Tabel 4.7 Gambaran Variabel Promosi .....	77
Tabel 4.8 Gambaran Variabel Keputusan Pembelian .....	79
Tabel 4.9 Uji Validitas .....	81
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas .....	83
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	84
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas .....	85
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas.....	86
Tabel 4.14 Uji Linieritas Variabel Kualitas Pelayanan.....	87
Tabel 4.15 Uji Linieritas Variabel Kepercayaan.....	87
Tabel 4.16 Uji Linieritas Variabel Promosi .....	88
Tabel 4.17 Uji Regresi Linear Berganda.....	89
Tabel 4.18 Uji t (Parsial) .....	91
Tabel 4.19 Uji F (Simultan) .....	93
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	94

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Top 10 Indicator Scor Rank By Sector .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	49
Gambar 4.1 Strukur Organisasi Qila <i>Boutique</i> Jamblang .....	67



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 .....	110
Lampiran 2 .....	111
Lampiran 3 .....	112
Lampiran 4 .....	113
Lampiran 5 .....	114
Lampiran 6 .....	116
Lampiran 7 .....	120
Lampiran 8 .....	149
Lampiran 9 .....	155
Lampiran 10 .....	155
Lampiran 11 .....	158
Lampiran 12 .....	159
Lampiran 13 .....	159
Lampiran 14 .....	159
Lampiran 15 .....	160
Lampiran 16 .....	161
Lampiran 17 .....	162

