

**PENGARUH BISNIS BUSANA MUSLIMAH TERHADAP PENINGKATAN  
IMAN KONSUMEN DAN NILAI KESEJAHTERAAN  
PENGUSAHANYA**

**(Studi Kasus Butik CV. KIKA Collection di Kecamatan Somba Opu  
Kabupaten Gowa)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Syari'ah (SH) Pada Program Studi  
Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Makassar**

**Oleh :**

**ISMAYANTI**

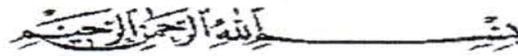
**105 25 0136 13**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH  
1439 H / 2017 M**



FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung iqra' Lt. IV Telp. (0411)851914 Makassar 90223



PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Bisnis Busana Muslimah Terhadap Peningkatan Iman Konsumen Dan Nilai Kesejahteraan Pengusahanya di Butik CV. Kika Collection Kec. Somba Opu Kab. Gowa" bertepatan dengan tanggal 30 Desember 2017 M, dihadapan penguji dan dinyatakan telah dapat diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 12 Rabiul Akhir 1439 H  
30 Desember 2017 M

Dewan Penguji,

Ketua	: Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, MP	(.....)
Sekretaris	: Hurriah Ali Hasan, ST, ME., PhD	(.....)
Anggota	: Dr. H. Syahrudin Yasen, S.Ag, SE,MM	(.....)
	Dr. H. Agussalim Harrang, SE, MM	(.....)
Pembimbing I	: Dr.Ir.H. Muchlis Mappangaja, MP	(.....)
Pembimbing II	: Hurriah Ali Hasan, ST, ME., PhD	(.....)

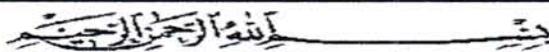
Disahkan Oleh:  
Dekan FAT Unismuh Makassar

Drs. H. Mawardi Pewangi M.Pd.I  
NBM : 554612



FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung iqra' Lt. IV Telp. (0411)851914 Makassar 90223



BERITA ACARA MUNAQASYAH

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar telah mengadakan sidang Munaqasyah pada :

Hari/Tanggal : Sabtu, 30 Desember 2017 M / 12 Rabiul Akhir 1439 H

Tempat : Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin

MEMUTUSKAN

Bahwa Saudara,,

Nama : Ismayanti

NIM : 105 25 0136 13

Judul Skripsi : Pengaruh Bisnis Busana Muslimah Terhadap Peningkatan Iman Konsumen dan Nilai Kesejahteraan Pengusahanya di Butik CV. KIKA Collection Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa  
Dinyatakan LULUS

Mengetahui

Ketua

Drs. H Mawardi Pewangi, M.Pd.I  
NBM. 554612

Sekretaris

Dr. Abd. Rahim Razaq, M.Pd  
NIDN. 0920085091

Penguji : . Dr. H. Syahrudin Yasen, S.Ag, SE,MM

Dr. H. Agussalim Harrang, SE.,M.M

Dr.Ir.H. Muchlis Mappangaja, MP

Hurriah Ali Hasan ME.,PhD

Makassar, 12 Rabiul Akhir 1439 H  
30 Desember 2017 M

Dekan

Fakultas Agama Islam

Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I  
NBM. 55461



**FAKULTAS AGAMA ISLAM**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Kantor : Jl. Sultan Alauddin No. 259 (Gedung Iqra Lantai IV) Tlp. 0411-866972. Fax. 0411-865588 Makassar 90222*

---

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Nama : Ismayanti  
Nim : 105 25 0136 13  
Fakultas/Jurusan : Agama Islam/Hukum Ekonomi Syariah  
Alamat/Telp : Jln.Malino, Pakatto Kab.Gowa/085656792767  
Judul Skripsi : **“Pengaruh Bisnis Busana Muslimah Terhadap Peningkatan Iman Konsumen dan Nilai Kesejahteraan Pengusahanya”.**

Setelah dengan seksama memeriksa dan menulis, maka proposal ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diajukan dan dipertahankan dihadapan tim penguji seminar proposal.

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 19 Dhzulqaidah 1437 H  
03 Desember 2017 M

Disetujui

Pembimbing I

**Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, MP**  
NIDN : 0924035201

Pembimbing II

**Hurriah Ali Hasan ME., PhD**  
NIDN : 9927067001



FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Gedung iqra' Lt. IV Telp. (0411)851914 Makassar 90223



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ismayanti  
NIM : 105 25 0136 13  
Jurusan : Prodi Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Agama Islam

Dengan ini menyatakan hal sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal sampai selesai penyusunan skripsi ini, saya akan menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun)
2. Saya tidak akan melakukan penjiplakan (Plagiat) dalam menyusun skripsi.
3. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 12 Rabiul Akhir 1439 H  
30 Desember 2017 M

Yang Membuat Pernyataan



Ismayanti

## ABSTRAK

**Ismayanti. 105 25 0136 13.** Judul Skripsi: Pengaruh Bisnis Busana Muslimah Terhadap Peningkatan Iman Konsumen Dan Tingkat Kesejahteraan Pengusahanya di Butik CV. KIKA Collection di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Dibimbing oleh **MUCHLIS MAPPANGAJA, MP** dan **HURRIAH ALI HASANS.**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan di Butik CV. KIKA Collection di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui penjualan hasil busana muslimah terhadap peningkatan iman konsumen dan tingkat kesejahteraan pengusahanya sudah sesuai dengan aturan islam atau tidak di Kec. Somba Opu Kab. Gowa. Dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu  $X_1$  Bisnis Busana Muslimah,  $X_2$  Iman Konsumen,  $X_3$  Kesejahteraan Pengusahanya.

Total sampling dalam penelitian ini berjumlah 66 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner atau angket. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen atau pembeli busana muslimah di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa sebanyak 200 orang, dengan menggunakan rumus Sloving maka menghasilkan sampel sebanyak 66 sampel. Selanjutnya, data yang diperoleh melalui *instrument* tersebut kemudian diolah melalui analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis busana muslimah, iman konsumen, dan kesejahteraan pengusahanya berpegaruh positif dan signifikan dari hasil analisis inferensial yang menggunakan uji t dengan rumus regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel.

**Kata kunci : Bisnis Busana Muslimah Iman Konsumen dan Kesejahteraan Pengusahanya.**

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbilalamin, puji dan syukur senantiasa teriring dalam setiap hela nafas atas kehadiran Allah Swt serta salam dan shalawat tercurah kepada kekasih Allah, Nabiullah Muhammad Saw, para sahabat dan keluarganya serta ummat yang senantiasa istiqamah dijalan-Nya.

Tiada jalan tanpa rintangan, tiada puncak tanpa tanjakan, tiada kesuksesan tanpa perjuangan. Dengan kesungguhan dan keyakinan untuk terus melangkah, akhirnya sampai dititik akhir penyelesaian skripsi ini. Namun, semua tak lepas dari uluran tangan berbagai pihak lewat dukungan, arahan, bimbingan, serta bantuan moril dan materil.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tak luput dari adanya kekeliruan dan kekurangannya, baik dari sistematika penyusunannya maupun pembahasannya sehingga terwujudnya masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, demi kesempurnaan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Bisnis Busana Muslimah Terhadap Peningkatan Iman Konsumen dan Nilai Kesejahteraan Pengusahanya di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa.

Maka penulis dengan penuh rasa rendah dan ketulusan hati menerima segala bantuan moril dari semua pihak yang memberikan tanggapan positif dan saran-saran serta kritikan-kritikan yang sifatnya membangun dan membina dengan harapan skripsi ini dapat lebih bermanfaat bagi para pembacanya terutama pada diri pribadi demi pengembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga, penulis hanturkan kepada: Bapak Dr. Ir. Muchlis Mappangaja, MP selaku ketua jurusan Hukum Ekonomi Syariah sekaligus sebagai pembimbing I: Ibu Hurriah Ali Hasan ME., PhD. Selaku pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan dalam upaya penyusunan skripsi sampai tahap penyelesaian; Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim. SE.,M.M selaku rektor Universitas Muhammadiyah Makassar; Bapak Drs. H. Mawardi Pewangi, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Makassar; Bapak Hasanuddin, SE.Sy selaku Sekertaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah; Bapak/ibu dosen beserta para Staf Administrasi Universitas Muhamadiyah Makassar, khususnya Fakultas Agama Islam yang telah banyak meluangkan ilmunya kepada kami; Ucapan terima kasih yang tak terhingga, Kedua orang tua tercinta yang tiada henti – hentinya mendoakan, memberi dorongan moril maupun materi selama menempu pendidikan dan Seluruh teman- teman di Fakultas Agama Islam khususnya di Jurusan Hukum Ekonomi Syariah; serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah banyak membantu dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya, kepada Allah Swt penulis memohon semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini senantiasa dalam lindungannya. Amin

Makassar, 12 DZulqaidah 1437 H  
03 Desember 2017 M

Ismayanti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>BERITA ACARA MUNAQSYAH</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	5
A. LANDASAN TEORI.....	5
1. Bisnis Busana Muslimah.....	5
a. Pengertian Bisnis .....	5
b.Pengertian Busana Muslimah .....	7
2. Iman Konsumen .....	10
a. Pengertian Iman .....	10

b.	Pengertian Konsumen .....	15
c.	Pengertian Perilaku Konsumen.....	16
3.	Pasar .....	17
a.	Pengertian Pasar .....	17
b.	Manfaat dan Kelemahan Segmentasi .....	17
c.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Untuk Pembelian Ulang Suatu Produ .....	17
4.	Nilai Kesejahteraan Pengusahanya .....	18
a.	Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam .....	18
b.	Pengertian Usaha Dalam Islam .....	21
c.	Keutamaan Usaha.....	24
	<b>B. KERANGKA PIKIR.....</b>	<b>26</b>
	<b>C. KERANGKA KONSEPTUAL .....</b>	<b>27</b>
	<b>D. HIPOTESIS PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
	<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
	A. Lokasi Penelitian.....	29
	B. Jenis Penelitian.....	29
	C. Defenisi Operasional Variabel .....	29
	D. Jenis Data dan Sumber Data .....	31
	E. Populasi dan Sampel .....	32
	F. Metode Pengumpulan Data .....	33
	G. Metode Analisis Data.....	34
	<b>BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>

A. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	35
1. Analisis Data .....	35
2. Evaluasi Model Pengukuran .....	41
3. Evaluasi Model Struktur .....	45
4. Jawaban Hasil Penelitian.....	47
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>49</b>
A. Kesimpulan .....	49
B. Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Skala Likert .....	34
Tabel 1.1 Bisnis Busana Muslimah .....	36
Tabel 1.2 Iman Konsumen .....	37
Tabel 1.3 Kesejahteraan Pengusahanya .....	45

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Agama Islam merupakan agama yang diturunkan oleh Allah swt kemuka bumi untuk menjadi *rahmatan lil alamin* (rahmat bagi seluruh alam), Islam tidak hanya sekedar mengatur masalah ibadah seseorang hamba kepada Tuhan-Nya, tetapi juga mampu menjawab berbagai macam bentuk tantangan pada setiap zaman, termasuk dalam persoalan ekonomi, yang dikenal pada saat ini dengan istilah Ekonomi Islam.

Ekonomi Islam diikat oleh seperangkat nilai iman, akhlak dan moral etika bagi setiap aktivitas ekonominya baik dalam posisinya sebagai konsumen, produsen, distributor dan lain-lain dalam melakukan usahanya serta menciptakan hartanya.<sup>1</sup>

Aktivitas perdagangan merupakan salah satu dari aspek kehidupan yang bersifat horizontal (*hablum minannas*), yang juga mendapatkan penekanan khusus dalam ekonomi islam, karena keterkaitannya secara langsung dengan sektor riil, sistem ekonomi Islam memang lebih mengutamakan sektor riil dibandingkan dengan sektor moneter, dan transaksi jual beli memastikan keterkaitan kedua sektor tersebut.<sup>2</sup>

Dalam aktivitas perdagangan atau dikenal dalam istilah berbisnis pada era modern ini, mencari keuntungan merupakan tujuan utamanya, serta praktik-

---

<sup>1</sup> Muhammad, Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam, (yogyakarta: Graha Ilmu, 2007)

<sup>2</sup> Jusmaliani, Bisnis Berbasis Syariah, (jakarta: Bumi Aksara, 2008)

praktik haram, kerap kali dilakukan untuk mendapatkan tujuan tersebut, seperti mengurangi timbangan, penjualan dua kali lipat dari harga aslinya yang jatuhnya adalah riba.

Tujuan dan semua praktik-praktik tersebut dalam ekonomi Islam adalah suatu hal yang dilarang. Ekonomi Islam memandang mencari keuntungan adalah suatu hal yang fitrah, yang dapat menimbulkan semangat berinovasi, dan bersaing. Perhatian utama ekonomi Islam adalah bagaimana manusia meningkatkan kesejahteraan materialnya yang sekaligus akan meningkatkan kesejahteraan spiritualnya, karena aspek spiritual harus hadir bersamaan dengan target material, maka diperlukan sarana penopang utama, yaitu moralitas pelaku ekonomi.

Salah satu pelaku bisnis baju busana muslimah di Indonesia mengatakan, bahwa industri yang belum terlalu bersaing dan pangsa pasarnya cukup dianggap baik dan maju di negara Indonesia adalah bisnis baju busana muslimah, persaingan pasar global terlalu berdampak besar terhadap bisnis ini.<sup>3</sup>

Dan melihat kaum mayoritas di Indonesia yang sebagian besar beragama Islam, maka dipastikan pangsa pasar bisnis busana muslimah akan semakin baik kedepannya. Namun apakah bisnis ini sesuai dengan anjuran Islam yaitu sebagai busana penutup aurat bagi umat Islam?, maka ekonomi yang dijalankannyapun tidak bertentangan dengan ekonomi Islam, seperti riba, mengambil hak orang lain, penipuan dan sebagainya. Karena banyak di era modern ini bisnis-bisnis yang dilakukan hanya sekedar memperkaya individualismenya sendiri, seperti aliran

---

<sup>3</sup>Kompas, "Acfta-Pasar Bebas 2010: "Bunuh Diri Ekonomi Indonesia;,"

ekonomi yang dipergunakan oleh kaum kapitalisme, yang menganut asas *laissez fair*, hak kepemilikan perorangan adalah absolute tanpa batas, terjaminnya kebebasan memasuki segala macam kegiatan ekonomi dan transaksi menurut persaingan bebas dan norma-norma individual ditarik dari individualisme dan *utilitarisme*, dimana setiap komoditi itu dianggap baik secara moral dan ekonomi sepanjang itu dapat dijual.<sup>4</sup>

Dari gambaran diatas, maka penulis berkeinginan melakukan penelitian yang berkaitan dengan **PENGARUH BISNIS BUSANA MUSLIMAH TERHADAP PENINGKATAN IMAN KONSUMEN DAN NILAI KESEJAHTERAAN PENGUSAHANYA.**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka adapun yang menjadi permasalahan yaitu :

1. Bagaimana pengaruh bisnis busana muslimah terhadap peningkatan iman?
2. Bagaimana pengaruh bisnis busana muslimah terhadap kesejahteraan pengusahanya ?
3. Bagaimana pengaruh bisnis busana muslimah terhadap iman konsumen dan kesejahteraan pengusahanya?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui sistem operasional bisnis busana muslimah .

---

<sup>4</sup>Ahmad M Saefuddin., Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam, (Jakarta Pusat : Media Da'wah dan LIPPM),

2. Untuk mengetahui peningkatan iman konsumen busana muslimah.
3. Untuk mengetahui pengaruh bisnis busana muslimah terhadap iman konsumen dan kesejahteraan pengusahanya.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, yaitu :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca terutama tentang bisnis busana muslimah.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang ilmu ekonomi islam.
  - c. Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.
2. Manfaat praktis
  - a. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi bisnis busana muslimah.bahan referensi untuk pengembangan selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Bisnis Busana Muslimah**

###### **a. Pengertian Bisnis**

Bisnis memiliki dua pengertian yang berbeda, yakni : pertama, bisnis adalah sebuah kegiatan. Kedua, bisnis adalah sebuah perusahaan. Bisnis dapat dikatakan sebuah kegiatan yang terorganisir karena didalam bisnis ada banyak kegiatan yang dilakukan. Kegiatan dimulai dengan input berupa mengelola barang lalu diproses setelah itu menghasilkan output berupa barang setengah jadi atau barang jadi. Sedangkan secara etimologi, bisnis memiliki arti dimana seseorang atau sekelompok dalam keadaan yang sibuk dan menghasilkan keuntungan atau profit bagi dirinya atau kelompok.<sup>5</sup>

Dalam dunia perekonomian, bisnis memiliki karakteristik yakni sebagai berikut :

1. Lembaga atau institusi atau organisasi sosial dan ekonomi
2. Berhubungan dengan berbagai barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan manusia.
3. Mencari laba, profit, atau keuntungan.
4. Menentukan harga yang sesuai
5. Akan ada kemungkinan mengalami kerugian

---

<sup>5</sup>Wikipedia, "Bisnis", <http://id.wikipedia.org/wiki/Bisnis>, diakses pada tanggal 05 November 2016

Pengertian bisnis menurut para ahli:

- Menurut Musselman, Bisnis adalah keseluruhan dari aktivitas yang diorganisasi oleh orang yang tidak berurusan di dalam bidang industri dan perniagaan yang menyediakan barang dan jasa agar terpenuhinya suatu kebutuhan dalam perbaikan kualitas hidup.
- Hooper, Bisnis adalah keseluruhan yang lengkap pada berbagai bidang seperti industri dan penjualan, distribusi, perbankan, transportasi; yang kemudian melayani dan memasuki dunia bisnis secara menyeluruh.
- Owen, Bisnis adalah suatu perusahaan yang berhubungan dengan distribusi dan produksi barang-barang yang nantinya dijual ke pasaran ataupun memberikan harga yang sesuai pada setiap jasanya.
- Hunt dan Urwick, Bisnis adalah segala perusaan apapun yang membuat, mendistribusikan ataupun menyediakan berbagai barang ataupun jasa yang dibutuhkan oleh anggota masyarakat lainnya serta bersedia dan mampu dalam membeli atau membayarnya.
- L.R.Dickes, Bisnis yaitu suatu bentuk dari aktivitas yang utamanya bertujuan dalam memperoleh keuntungan bagi yang mengusahakan atau yang berkepentingan di dalam terjadinya aktivitas tersebut.

Adapun tujuan bisnis yaitu:

1. Profit,
2. Pengadaan barang atau jasa,
3. Kesejahteraan bagi pemilik faktor produksi dan masyarakat,
4. *Full employment*,

5. Eksistensi perusahaan dalam jangka panjang (waktu yang lama),
6. Kemajuan dan pertumbuhan,
7. Prestasi.<sup>6</sup>

Dari pengertian tersebut, bisnis berbasis syariah adalah kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat agama islam, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam (halal dan haram). Dalam bisnis Islam seseorang harus selalu mengingat dan menyerahkan semua hasil usaha yang telah dilakukan kepada Allah Swt, dengan berserah diri kepada Allah dan menganggap kerja sebagai ibadah seseorang akan selalu ikhlas dalam bekerja inilah yang dimaksud dengan *tauhid uluhiyah*.<sup>7</sup>

#### **b. Pengertian Busana Muslimah**

Sejarah busana lahir seiring dengan sejarah peradaban manusia itu sendiri. Oleh karenanya busana sudah ada sejak manusia diciptakan. Busana memiliki fungsi yang begitu banyak, yakni menutup anggota tertentu dari tubuh hingga penghias tubuh sebagaimana yang telah diterapkan pula dalam Al-Qur'an yang mengisyaratkan akan fungsi busana; "wahai anak adam (manusia), sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi aurat tubuhmu dan untuk perhiasan".

Busana Muslimah adalah busana yang sesuai dengan ajaran islam, dan pengguna gaun tersebut mencerminkan seorang muslimah yang taat atas ajaran agamanya dalam tata cara berbusana. Busana muslimah bukan sekedar simbol

---

<sup>6</sup>Lukman Khakim, "Pengertian Bisnis dan Jenis-Jenis Bisnis, [www.dunsarware.com](http://www.dunsarware.com),

<sup>7</sup>*Tauhid Uluhiyah* adalah mengesakan Allah Swt dalam beribadah dengan tujuan agar manusia tahu hanya kepada Allah seluruh manusia harus menyembah.

melainkan dengan mengenakannya berarti seseorang perempuan telah memproklamirkan kepada makhluk Allah SWT akan keyakinan, pandangannya terhadap dunia, dan jalan hidup yang ia tempuh.

Adapun lima point yang menjadi kriteria busana muslimah menurut syariat, yaitu sebagai berikut :

1. Busana muslimah harus menutup seluruh tubuhnya dari pandangan lelaki yang bukan mahramnya. Dan janganlah ia membuka untuk lelaki mahramnya kecuali bagian yang menurut kebiasaan yang benar dan pantas (tidak termasuk suami).

Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا [1]

Terjemahnya :

*“Hai nabi katakanlah kepada istri-istri kamu, anak-anak gadismu dan istri-istri orang mukmin: hendaklah ia mengulurkan jilbabnya keseluruhan tubuhnya. Yang demikian itu supaya neraka mudah unuk dikenal, karena itu mereka tidak diganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Qs. Al-ahzab:59)*

2. Hendaknya busana yang dipakai wanita muslimah menutup apa yang dibalikinya. Maksudnya tidak tipis menerawang sehingga warna kulitnya dapat terlihat dari luar. Istilah menutup tidak akan terwujud kecuali dengan kain yang tebal, jika tipis maka akan semakin memancing fitnah (godaan) dan berarti menampakkan perhiasan.
3. Busana tidak ketat membentuk bagian-bagian tubuh.
4. Busana wanita muslimah tidak menyerupai pakaian laki-laki.

Ada beberapa hadits shahih yang melaknat wanita yang menyerupai diri dengan kaum pria, baik dalam hal pakaian maupun lainnya. Abu hurairah berkata bahwa Rasulullah melaknat pria yang memakai pakaian wanita dan wanita yang memakai pakaian pria.

5. Busana yang dipakai wanita tidak terdapat hiasan yang dapat menarik perhatian orang saat keluar rumah, agar tidak tergolong wanita yang suka tampil dengan perhiasan.<sup>8</sup>

Allah berfirman:

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ .  
الأولى

Terjemahnya :

*“Dan hendaklah kamu tetap di rumahmu dan janganlah kamu berhias dan bertingkah laku seperti orang-orang Jahiliyah yang dahulu ....”* (QS. Al-Ahzab:33)<sup>9</sup>

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Busana Muslimah adalah busana yang sesuai dengan ajaran islam, dan pengguna gaun tersebut mencerminkan seorang muslimah yang taat atas ajaran agamanya dalam tata cara berbusana.

## 2. Iman Konsumen

<sup>8</sup>Abdul Rois, “Makalah Tentang Busana Muslimah,ps://abdulrois461.wordpress.com,

<sup>9</sup>:<https://muslimah.or.id/5166-bukan-untuk-berhias-html>, diakses pada tanggal 05 November 2016

### a. Pengertian Iman

Iman dari *bahasa arabyang* artinya percaya. Sedangkan menurut istilah, **pengertian iman** adalah membenarkan dengan hati, diucapkan dengan lisan, dan diamalkan dengan tindakan (perbuatan). Dengan demikian, pengertian iman kepada Allah adalah membenarkan dengan hati bahwa Allah itu benar-benar ada dengan segala sifat keagungan dan kesempurnaannya, kemudian pengakuan itu diikrarkan dengan lisan, serta dibuktikan dengan amal perbuatan secara nyata.

Beriman kepada Allah adalah kebutuhan yang sangat mendasar bagi seseorang. Allah memerintahkan agar ummat manusia beriman kepada-Nya, sebagaimana firman Allah :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَالْكِتَابِ الَّذِي نَزَّلَ عَلَىٰ رَسُولِهِ وَالْكِتَابِ  
الَّذِي أُنزِلَ مِن قَبْلُ ۚ وَمَن يَكْفُرْ بِاللَّهِ وَمَلَائِكَتِهِ وَكُتُبِهِ وَرُسُلِهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَقَدْ  
ضَلَّ ضَلَالًا بَعِيدًا

Terjemahnya :

*“Wahai orang-orang yang beriman. Tetaplah beriman kepada Allah dan RasulNya (Muhammad) dan kepada kitab (Al Qur’an) yang diturunkan kepada RasulNya, serta kitab yang diturunkan sebelumnya. Barang siapa ingkar kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, Rasul-rasul-Nya, dan hari kemudian, maka sungguh orang itu telah tersesat sangat jauh.” (QS. An Nisa : 136)*

Ayat diatas memberikan penjelasan bahwa bila kita ingkar kepada Allah, maka akan mengalami kesesatan yang nyata. Orang yang sesat tidak akan merasakan kebahagiaan dalam hidup. Oleh karena itu, beriman kepada Allah sesungguhnya adalah untuk kebaikan manusia.<sup>10</sup>

<sup>10</sup>Anwar, Abdul Holikul, "Pengertian Iman Dalam Agama Islam, <https://googleweblight.com>,

### 1.) Pengertian Iman Dalam Al-Qur'an dan Hadits

Arti iman dalam Al-Qur'an maksudnya membenarkan dengan penuh keyakinan bahwa Allah swt. Mempunyai kitab-kitab yang diturunkan kepada hamba-hambanya dengan kebenaran yang nyata dan petunjuk yang jelas. Dan bahwanya Al-Qur'an adalah kalam Allah yang ia firmankan dengan sebenarnya.

Arti Iman dalam hadits maksudnya iman yang merupakan membenaran batin. Rasulullah menyebutkan hal-hal lain sebagai iman, seperti akhlak yang baik, bermurah hati, sabar, cinta rasul, rasa malu dan sebagainya.

### 2.) Arti Iman

Menurut bahasa iman berarti membenaran hati. Sedangkan menurut istilah iman adalah "Membenarkan dengan hati, mengikrarkan dengan lisan dan mengamalkan dengan anggota badan".

### 3.) Rukun Iman Dan Hal-hal Yang Membatalkan

Rukun Iman terbagi menjadi enam yaitu:

#### a. Iman Kepada Allah swt

Yaitu percaya kepada Allah, orang yang beriman kepada Allah akan mendapatkan ketenangan jiwa yang muncul dari kalbu secara ikhlas. Adapun yang utama kita beriman kepada Allah yaitu kita meyakini bahwa tiada Tuhan selain Allah.

#### b. Iman Kepada para Malaikat

Semua makhluk yang diciptakan oleh Allah SWT. Dapat dibagi kepada kepada dua macam: pertama, yang ghaib (al-ghaib), dan kedua, yang nyata

(as-syahada). Yang membedakan keduanya adalah bisa dan tidak bisanya dijangkau oleh pancaindera manusia.

Secara etimologis kata Malaikat adalah bentuk jamak dari malak, berasal dari al-alukah artinya ar-risalah (missi atau pesan). Secara terminologis Malaikat adalah makhluk ghaib yang diciptakan oleh Allah SWT dari cahaya dengan wujud dan sifat-sifat tertentu.

#### c. Iman Kepada Kitab-kitab

Secara etimologis kata kitab adalah bentuk masdhar dari kata ka-ta-ba yang berarti menulis. Setelah menjadi masdhar berarti tulisan, atau yang ditulis.

Secara terminologis Al-Kitab adalah kitab suci yang diturunkan oleh Allah SWT. Kepada para Nabi dan RasulNya.

Adapun Kitab-kitab yang wajib kita tahu ada empat yaitu:

- Kitab Taurat diturunkan kepada Nabi Musa AS.
- Kitab Injil diturunkan kepada Nabi Isa AS.
- Kitab Zabur diturunkan kepada Nabi Dawud AS.
- Kitab Suci Al-Qur'an diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW.

#### d. Iman Kepada para Rasul

Secara etimologis Nabi berasal dari na-ba artinya ditinggikan, atau dari kata na-ba-a artinya berita. Dalam hal ini seorang Nabi adalah seseorang yang ditinggikan derajatnya oleh Allah SWT. Dengan memberinya berita (wahyu). Sedangkan Rasul berasal dari kata ar-sa-la artinya mengutus. Setelah dibentuk menjadi Rasul berarti yang diutus.

Secara terminologis Nabi dan Rasul adalah manusia biasa, laki-laki, yang dipilih oleh Allah SWT. Untuk menerima wahyu. Namun bila diikuti dengan kewajiban menyampaikannya atau membawa satu misi tertentu maka dia disebut Rasul. Adapun jumlah Nabi dan sekaligus Rasul ada dua puluh lima orang.

e. Iman Kepada Hari Kiamat

Yang dimaksud hari akhir adalah kehidupan yang kekal sesudah kehidupan yang kekal sesudah kehidupan didunia fana ini berakhir, termasuk semua prosed dan peristiwa yang terjadi pada Hari itu, mulai dari kehancuran alam semesta dan seluruh isinya, serta berakhirnya seluruh kehidupan (Qiyamah), kebangkitan seluruh umat manusia dari dalam kubur (Ba'ats), dikumpulkannya seluruh umat manusia dipadang mahsyar (Hasyr), perhitungan seluruh amal perbuatan manusia di dunia (Hisab), penimbangan amal perbuatan tersebut untuk mengetahui perbandingan amal baik dan amal buruk (Wazn), sampai kepada pembalasan dengan surga atau neraka (Jaza')

f. Iman Kepada Qadha dan Qadar

Secara etimologis Qadha adalah bentuk masdhar dari kata kerja qadha yang berarti kehendak atau ketetapan hukum. Dalam hal ini qadha adalah kehendak atau ketetapan hukum Allah SWT. Sedangkan Qadar secara etimologis adalah bentuk masdhar dari qadara yang berarti ukuran atau ketentuan.

Secara terminologis ada ulama yang berpendapat kedua istilah tersebut mempunyai pengertian yang sama, dan ada pula yang membedakannya.

- Hal-hal yang membatalkan iman

Pembatal iman atau “nawaqidhul iman” adalah sesuatu yang dapat menghapuskan iman sesudah iman masuk didalamnya yakni antara lain:

1. Mengingkari rububiyah Allah atau sesuatu dari kekhususan-kekhususanNya, atau mengaku memiliki sesuatu dari kekhususan tersebut atau membenarkan orang yang mengakuinya.
2. Sombong serta menolak beribadah kepada Allah SWT
3. Menjadikan perantara dan penolong yang ia sembah atau ia mintai (pertolongan) selain Allah.
4. Menolak sesuatu yang ditetapkan Allah untuk dirinya atau yang ditetapkan oleh Rasulnya.
5. Mendustakan Rasulullah.
6. Mengolok-olok atau mengejek-ejek Allah atau Al-Qur’an atau agama Islam atau pahala dan siksa yang sejenisnya.<sup>11</sup>

## **b. Pengertian Konsumen**

---

<sup>11</sup>Indo-Moeslim, <https://googleweblight.com>,

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>12</sup>

Menurut pengertian Pasal 1 ayat 2 UU PK,

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, oranglain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.<sup>13</sup>

Sedangkan dalam bagian penjelasan disebutkan “Di dalam perpustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir”.

Adapun dua wujud ciri-ciri konsumen yaitu:

1. Personal Consumer : konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk penggunaanya sendiri.
2. Organizational Consumer : konsumen ini membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan menjalankan organisasi tersebut.

Production concept

---

<sup>12</sup>Adiman, "Pengertian Konsumen", [adimanpangaribuan.blogspot.co.id](http://adimanpangaribuan.blogspot.co.id),

<sup>13</sup><http://www.tunardy.com/pengertian-konsumen-menurut-uu-pk/>

Konsumen pada umumnya lebih tertarik dengan produk-produk yang harganya lebih murah.

Marketing concept

Perusahaan mengetahui keinginan konsumen melalui riset yang telah dilakukan sebelumnya, kemudian memproduksi produk yang diinginkan konsumen.

Mempertahankan konsumen adalah bagaimana mempertahankan supaya konsumen tetap loyal dengan satu perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain, hampir dalam semua situasi bisnis, lebih mahal untuk mencari pelanggan baru dibandingkan mempertahankan yang sudah ada.

### **c. Pengertian Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang konsumen tunjukkan dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang mereka anggap akan memuaskan kebutuhan mereka.<sup>14</sup>

## **3. Pasar**

### **a. Pengertian Pasar**

Secara sederhana, pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Dengan perkembangan zaman, pasar dapat diartikan sebagai lembaga atau institusi yang dikelola oleh pemerintah sehingga transaksi perdagangan dapat terjadi dengan baik. Dalam pengertian yang lebih modern, pasar adalah

---

<sup>14</sup>[http://id.wikipedia.org/wiki/perilaku\\_konsumen](http://id.wikipedia.org/wiki/perilaku_konsumen), diakses pada tanggal 05 November 2016.

mekanisme yang memungkinkan bertemunya penawaran dan permintaan, baik dalam pengertian fisik maupun non-fisik.

#### Praktik-Praktik dalam Pasar yang Dilarang dalam Islam

- 1) Jual beli barang haram
- 2) Menimbun barang (ikhtikar)
- 3) Menjual barang yang belum dimiliki
- 4) Menjual buah yang masih di tangkainya (muzabanah)

#### **b. Manfaat dan kelemahan Segmentasi**

Banyaknya perusahaan yang melakukan segmentasi pasar atas dasar pengelompokan variabel tertentu. Dengan menggolongkan atau mensegmentasikan pasar seperti itu, dapat dikatakan bahwa secara umum perusahaan mempunyai motivasi untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat penjualan dan yang lebih penting lagi agar operasi perusahaan dalam jangka panjang dapat berkelanjutan dan kompetitif.<sup>15</sup>

#### **c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Untuk Pembelian Ulang Suatu Produk**

Sebelum dan sesudah melakukan pembelian, seorang konsumen akan melakukan sejumlah proses yang mendasari pengambilan keputusan, yakni:

1. Pengenalan masalah. Konsumen akan membeli suatu produk sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapinya. Tanpa adanya pengenalan masalah yang muncul, konsumen tidak dapat menentukan produk yang akan dibeli.

---

<sup>15</sup><http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/07/segmentasi-pasar-definisi-manfaat-dan.html>, diakses pada tanggal 05 November 2016.

2. Pencarian informasi. Setelah memahami masalah yang ada konsumen akan termotivasi untuk mencari informasi untuk menyelesaikan permasalahan yang ada melalui pencarian informasi.
3. Mengevaluasi alternatif. Setelah konsumen mendapat berbagai macam informasi, konsumen akan mengevaluasi alternatif yang ada untuk mengatasi permasalahan yang dihadapinya.
4. Keputusan pembelian. Setelah konsumen mengevaluasi beberapa alternatif strategis yang ada, konsumen akan membuat keputusan pembelian.

#### **4. Nilai Kesejahteraan Pengusahanya**

##### **a. Nilai-Nilai Dasar Ekonomi Islam**

Nilai-nilai ekonomi Islam adalah seperangkat nilai yang telah diyakini dengan segenap keimanan, dimana ia akan menjadi landasan paradigma ekonomi Islam. Nilai-nilai dasar ini baik nilai filosofis, instrumental maupun institusional didasarkan atas Al-Qur'an dan Hadist yang merupakan dua sumber normative tertinggi dalam agama Islam. Inilah hal utama yang membedakan ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional, yaitu ditempatkannya sumber ajaran agama sebagai sumber utama ilmu ekonomi. Tentu saja, Al-Qur'an dan Hadist bukanlah merupakan suatu sumber yang secara instan menjadi ilmu pengetahuan. Untuk mengubah nilai dan etika Islam menjadi suatu peralatan operasional yang berupa analisis ilmiah, maka suatu filsafat etika harus disusutkan (diperas) menjadi sekumpulan aksioma yang kemudian dapat berlaku sebagai suatu titik mula pembuat kesimpulan logis mengenai kaidah-kaidah sosial dan perilaku ekonomi

yang Islam, inilah yang dimaksud dengan nilai dasar ekonomi Islam dalam pembahasan ini.

Menurut Ahmad Saefuddin, ada beberapa nilai yang menjadi sumber dari dasar sistem ekonomi Islam, antara lain :

a. Kepemilikan

Nilai dasar pemilikan dalam sistem Ekonomi Islam

1. Pemilikan terletak pada kepemilikan pemanfaatannya dan bukan menguasai secara mutlak terhadap sumber-sumber ekonomi.
2. Pemilikan terbatas pada sepanjang umurnya selama hidup didunia, dan bila orang itu mati, harus didistribusikan kepada ahli warisnya menurut ketentuan Islam.
3. Pemilikan perorangan tidak dibolehkan terhadap sumber-sumber yang menyangkut kepentingan umum atau menjadi hajat hidup orang banyak.<sup>16</sup>

b. Keseimbangan

Merupakan nilai dasar yang pengaruhnya terlihat pada berbagai aspek tingkah laku ekonomi muslim, misal kesederhanaan (*moderation*), berhemat (*parsimony*), dan menjauhi pemborosan (*extravagance*).

Konsep nilai kesederhanaan berlaku dalam tingkah laku ekonomi, terutama dalam menjauhi konsumerisme, dan menjauhi pemborosan berlaku tidak hanya untuk pembelanjaan yang diharamkan saja, tetapi juga pembelanjaan dan sedekah yang berlebihan.

---

<sup>16</sup>Ahmad M Saefuddin., *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta Pusat : Media Da'wah dan LIPPM).

QS. Al-Furqon: (25): 67

كَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَ

Terjemahannya :

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. ” (QS. Al Furqan: 67).

Nilai dasar keseimbangan ini selain mengutamakan kepentingan dunia dan kepentingan akhirat, juga mengutamakan kepentingan perorangan dan kepentingan umum, dengan dipeliharanya keseimbangan antara hak dan kewajiban.

c. Keadilan

Secara garis besar keadilan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana terdapat kesamaan perlakuan dimata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup secara layak, dan hak menikmati pembangunan.

Berdasarkan muatan kata adil yang ada dalam Al-Qur'an

1. Keadilan harus ditetapkan disemua fase kegiatan ekonomi, baik kaitannya dengan produksi maupun konsumsi, yaitu dengan aransemen efisiansi dan memberantas keborosan kedalam keadilan distribusi ialah penilaian yang tepat terhadap faktor-faktor produksi.

QS Ar-Rahman (55) : 9

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ.

Terjemahnya :

*“Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu”.*

2. Keadilan berarti kebijaksanaan mengalokasikan sejumlah hasil tertentu dari kegiatan ekonomi bagi mereka yang tidak mampu memasuki pasar atau tidak sanggup membelinya menurut kekuatan pasar, yaitu kebijaksanaan melalui zakat, infaq dan shodaqoh.

QS Asy-Syu'araa (26) : 182-183

وَزِنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ  
أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا لَأَرْضِ فِي مَفْسِدِينَ (١٨٣)

Terjemahnya :

*“Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;*

Dengan demikian yang dimaksud dengan *adl*' didefinisikan sebagai “tidak menzalimi dan tidak dizalimi” implikasi dari ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam.

## **b. Pengertian Usaha Dalam Islam**

Ketika Islam diyakini sebagai suatu agama sekaligus suatu sistem, maka islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan. Pedoman tersebut adalah al-qur'an dan sunnah. Sebagai sumber ajaran islam, setidaknya dapat menjelaskan keutamaan usaha dalam ekonomi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang

dalam waktu. Hal ini tentunya dapat dipakai untuk pengembangan lebih lanjut atas suatu tatanan kehidupan tersebut, termasuk tatanan dalam usaha.

Islam seperti dilukiskan para ahli diantaranya Muhammad al-zuhaili adalah agama yang memandang setiap usaha yang bermanfaat, merealisasikan kemaslahatan bagi pelakunya, orang lain, dan masyarakat adalah tergolong dalam amal usaha yang dituntut oleh syara'. Islam memberikan keleluasaan dalam dunia kerja dan usaha selama pekerjaan dan usahanya itu sejalan dengan prinsip-prinsip syariat.

KH. Toto Tasmara Mendefinisikan makan dan bekerja bagi seorang muslim adalah suatu upaya sungguh-sungguh dengan mengerahkan seluruh asset dan zikirnya untuk mengaktualisasikan atau menampakkan arti dirinya sebagai hamba Allah menundukkan dunia dan menempatkan dirinya sebagai bagian dari masyarakat yang terbaik atau dengan kata lain dapat juga dikatakan bahwa dengan bekerja manusia memanusiaikan dirinya.

WJS Poerdarminta mengemukakan bahwa usaha adalah perbuatan melakukan sesuatu. Usaha dalam pengertian luas adalah semua bentuk kegiatan yang dilakukan manusia, baik dalam hal materi, intelektual atau fisik maupun hal-hal yang berkaitan dengan masalah keduniawian atau keakhiratan.

Lebih lanjut dikatakan usaha adalah aktivitas dinamis dan mempunyai tujuan untuk memenuhi kebutuhan tertentu (jasmani dan rohani) dan di dalam mencapai tujuannya tersebut dia berupaya dengan penuh kesungguhan untuk mewujudkan prestasi yang optimal sebagai bukti pengabdian dirinya kepada Allah SWT.

Ayat dan Hadits tentang usaha Surat at-taubat ayat 105

فَسِيرَىٰ اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ إِلَيْهِ تُرْجَعُونَ ۗ عَالِمِ  
وَالشَّهَادَةِ الْغَيْبِ ۗ بِمَا فَعِيتُكُمْ وَقَلْتُمْ لَوْ كُنْتُمْ أَعْمَلُوا

Dan katakanlah (Muhammad):

*“berkerjalah kamu, maka Allah dan RasulNya serta orang-orang yang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan oleh kepada (Allah) yang mengetahui yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitahukannya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.*

#### Istinbat Ayat

1. Ayat ini pada dasarnya memerintahkan semua dan setiap orang untuk berusaha, termasuk usaha ekonomi.
2. Semua dan setiap usaha, pasti akan diketahui oleh Allah, Rasulullah, dan orang-orang beriman secara keseluruhan.
3. Semua dan setiap usaha dipastikan akan menuai pembalasan atau hasilnya, dan yang berhak memberikan pembalasan atau imbalan itu adalah Allah Dzat yang Maha mengetahui hal-hal yang ghaib di samping hal-hal yang tampak.

Adapun tasfir global yaitu:

Bagaimanapun sibuknya orang-orang beriman dihari jum'at karena melakukan aktivitas ekonomi dan keuangan, ketika kumandan adzan jum'at dilantunkan, maka orang-orang beriman harus secara bergegas meninggalkan aktivitas ekonomi tersebut untuk melaksanakan shalat jum'at secara berjamaah.

Disaat-saat anda berdagang atau bebisnis, sebaiknya tetap berdzikir kepada Allah, dengan dzikir yang sangat banyak. Intinya, jangan sampai urusan duniawi (termasuk bisnis dan semua aktifitas yang bermotifkan ekonomi), itu

menyebabkan kamu (manusia) lupa diri dari hal-hal yang memberikan manfaat buat kehidupan diakhirat kelak.

### **c. Keutamaan Usaha**

Tidak berlebihan jika dikatakan bahwa usaha merupakan amaliyah yang memiliki banyak keutamaan. Begitu besar keutamaan usaha ini, hingga Allah SWT menggambarannya dengan bisnis. Keutamaannya yaitu :

- a. Usaha merupakan pekerjaan yang paling mulia.
- b. Mendatangkan keberkahan  
Artinya cara mencari rizki dengan berbisnis merupakan cara yang mendapatkan keberkahan dari Allah SWT.
- c. Pelaku usaha yang jujur dan amanah akan dikumpulkan kelak di akhirat bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada’.

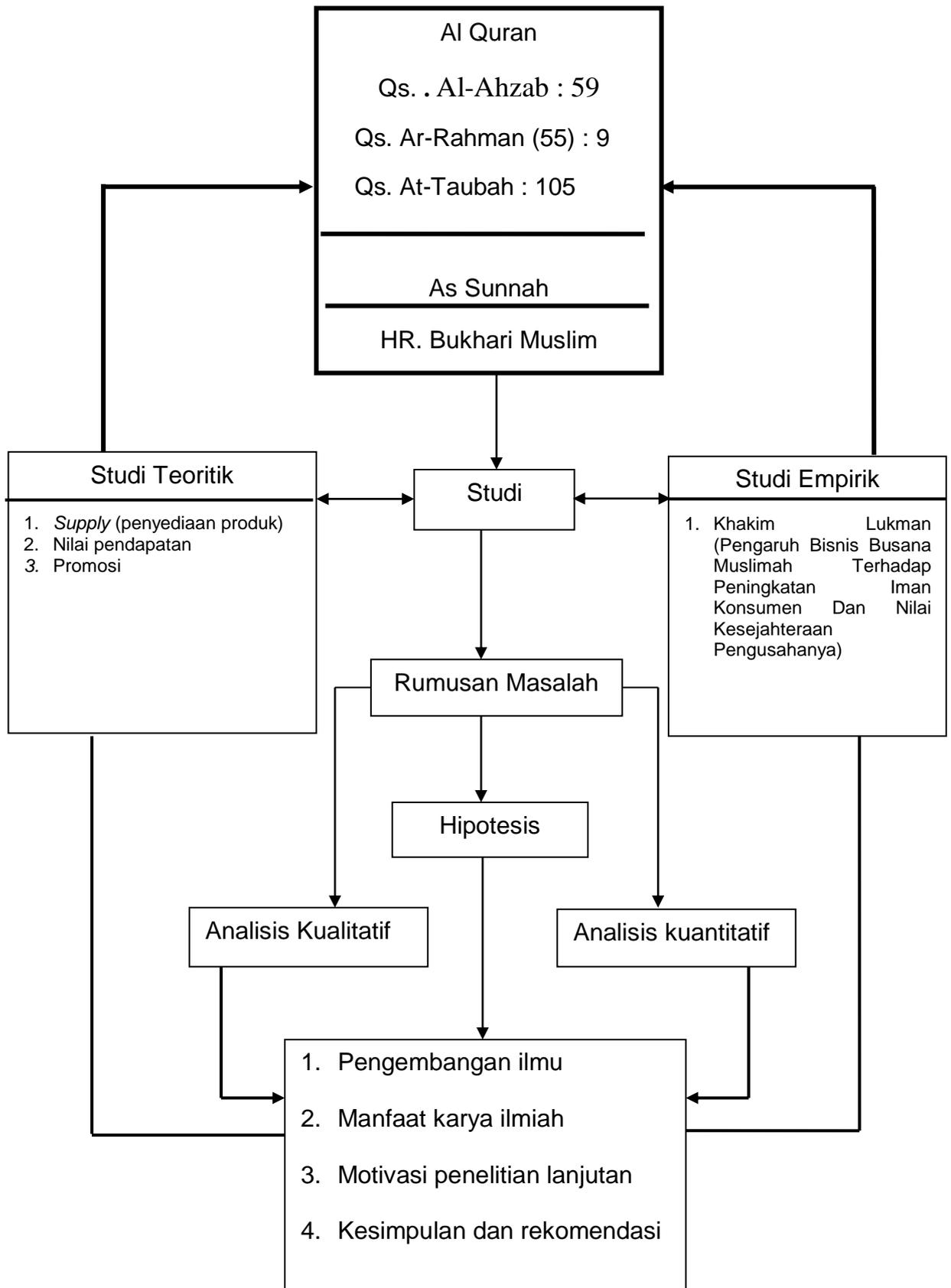
Adapun yang dapat disimpulkan dalam pengertian usaha adalah semua bentuk kegiatan yang dilakukan manusia, baik dalam hal materi maupun non-materi, intelektual atau fisik maupun hal-hal yang berkaitan dengan masalah keduniawian atau keakhiratan.

Begitu besar keutamaan usaha hingga Allah SWT menggambarkan kehidupan dunia dan akhirat seseorang yang berusaha. Mendirikan usaha merupakan pekerjaan yang paling mulia, mendatangkan keberkahan, serta pelaku usaha yang jujur dan amanah akan dikumpulkan kelak di akhirat bersama para nabi dan mereka semua di akhirat tidak memiliki tempat melainkan di surga.<sup>17</sup>

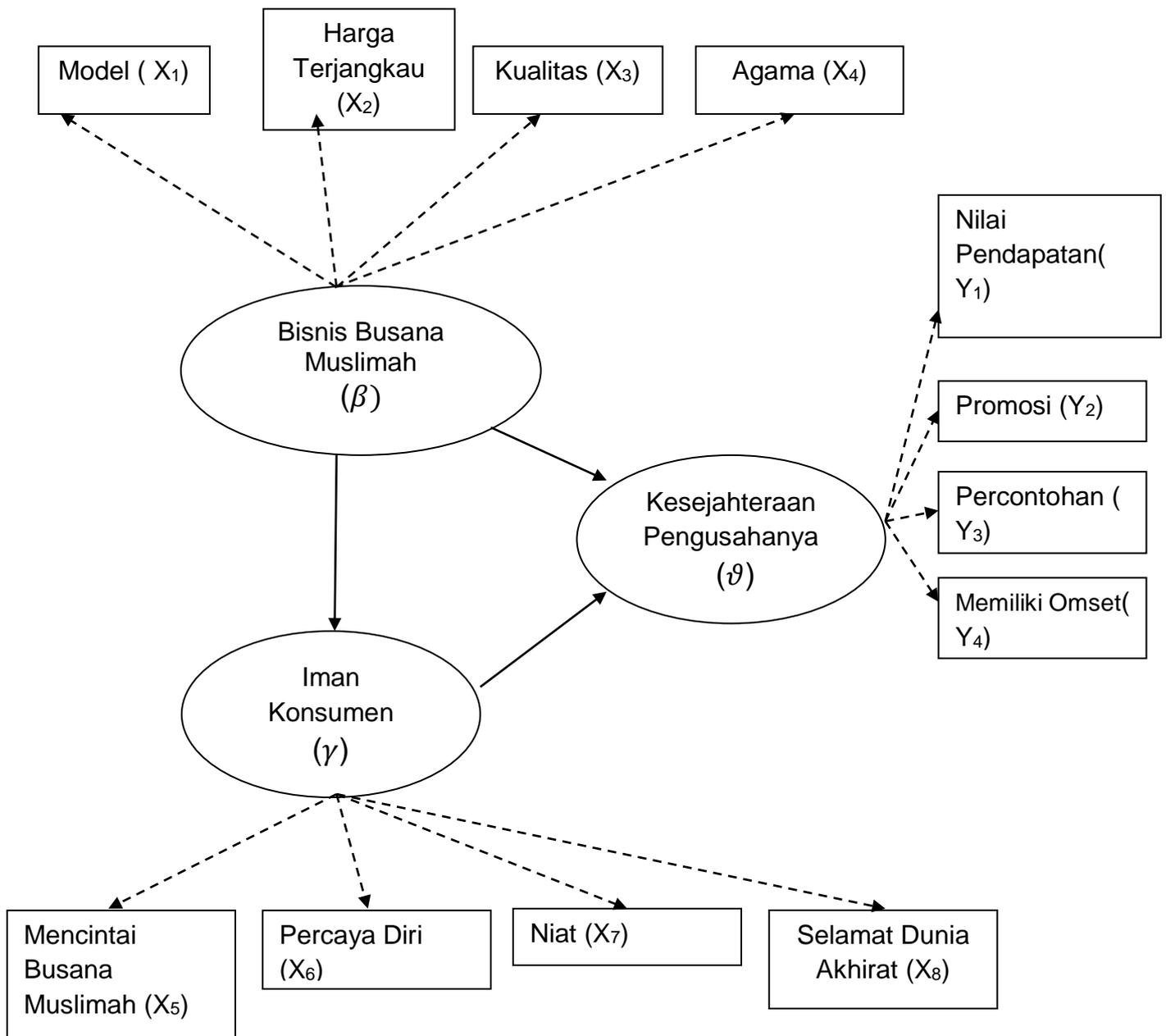
## **B. KERANGKA PIKIR**

---

<sup>17</sup>Berten K, "Pengantar Etika Bisnis, Yogyakarta:kansisius, 'syariahekonomi45.blogspot.co.id.



### C. KERANGKA KONSEPTUAL



Keterangan :

○ = Variabel

□ = Indikator

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Dari permasalahan sebelumnya, penulis mengemukakan hipotesis dari penelitian ini, yaitu :

1. Diduga, variabel Bisnis Busana Muslimah berpengaruh terhadap variabel Peningkatan Iman.
2. Diduga, variabel Bisnis Busana Muslimah berpengaruh terhadap Kesejahteraan Pengusahanya.
3. Diduga, variabel Bisnis Busana Muslimah berpengaruh terhadap Iman Konsumen dan Kesejahteraan Pengusahanya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di daerah yang beralamat di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa sebelum perbatasan Gowa-Makassar.

#### **B. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena data diperoleh dari hasil pengamatan langsung di CV. Kika Collection dengan menggunakan skala Liker 5 point. Maka dapat disimpulkan bahwa peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian- bagian dan fenomena serta hubungan- hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan /atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan, yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dan hubungan- hubungan kuantitatif.<sup>18</sup>

#### **C. Defenisi Operasional Variabel**

Berikut ini adalah pengertian tentang defenisi operasional variabel:

1. Bisnis dalam Islam sebagai suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan

---

<sup>18</sup>Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*, 2002. Jakarta, PT Bumi Aksara.

keuntungan. Dengan pendapat lain menyatakan bahwa bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa konsumen.

2. Iman adalah membenarkan dengan hati, diucapkan dengan lisan, dan diamalkan dengan tindakan (perbuatan). Dengan demikian, pengertian iman kepada Allah adalah membenarkan dengan hati bahwa Allah itu benar-benar ada dengan segala sifat keagungan dan kesempurnaannya, kemudian pengakuan itu diikrarkan dengan lisan, serta dibuktikan dengan amal perbuatan secara nyata. Sedangkan konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. Nilai-nilai ekonomi Islam adalah seperangkat nilai yang telah diyakini dengan segenap keimanan, dimana ia akan menjadi landasan paradigma ekonomi Islam. Nilai-nilai dasar ini baik nilai filosofis, instrumental maupun institusional didasarkan atas Al-Qur'an dan Hadist yang merupakan dua sumber normative tertinggi dalam agama Islam.
4. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

## D. Jenis Data dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Jenis dalam penelitian ini adalah data internal yang diperoleh secara langsung dari CV. Kika Collection. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah:

a. Data kuantitatif Yaitu data yang diperoleh dari masyarakat dalam bentuk angka dari hasil penyebaran angket.<sup>19</sup>

b. Data kualitatif

Yaitu data yang di peroleh dari butik CV. Kika Collection.

### 2. Sumber Data

a) Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer disebut juga data asli atau data baru. Dalam penelitian kali ini menggunakan data primer atau data empiris yang di peroleh dari penyebaran angket. Dalam penelitian ini angket yang tersebar terdiri dari angket tertutup dan angket terbuka. Angket tertutup dimana masyarakat telah disediakan pilihan pertanyaan yang berkenaan dengan Pengaruh Bisnis Busana Muslimah Terhadap Peningkatan Iman Konsumen dan Nilai Kesejahteraan Pengusahanya dan jawaban yang di *design* dengan menggunakan skala Likert Responden diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan- pernyataan dengan lima alternatif jawaban yang telah di sediakan oleh peneliti. Responden diminta untuk

---

<sup>19</sup>Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*, 2002. Jakarta, PT Bumi Aksara.

memilih salah satu jawaban dengan cara memberi tanda atau symbol ( $\surd$ ). Angket terbuka disini di maksudkan peneliti sebagai alternatif bagi responden jika di mungkinkan jika terdapat faktor lain yang belum *tercooper* dalam pilihan yang disajikan oleh peneliti.

b) Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data itu biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti yang terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia.<sup>20</sup>

## **E. Populasi Dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan individu yang menjadi objek atau sumber data penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah para karyawan di CV. Kika Collection sebanyak kurang lebih dari 60 orang.

### **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, maka dari itu sampel dari penelitian ini adalah para Karyawan di CV. Kika Collection dan konsumennya sebanyak kurang lebih dari 60 orang. Dengan demikian sumber data penelitian ini menggunakan rumus populasi yaitu sebanyak 60 orang.

---

<sup>20</sup>Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*, 2002. Jakarta, PT Bumi Aksara.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Ada dua teknik pengumpulan data yang penulis gunakan untuk melaksanakan penelitian, yaitu angket dan dokumentasi.

### 1. Angket

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.<sup>21</sup> Teknik pengumpulan data dengan menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden sampel yang akan diteliti. Jumlah pertanyaan yang ada, diambil dari masing-masing item yang diperoleh dari masing-masing indikator variabel, baik variabel independen maupun variabel dependen. Angket diberikan langsung kepada responden dengan tujuan agar lebih efektif dan efisien menjangkau jumlah sampel dan mudah memberi penjelasan berkenaan dengan pengisian angket tersebut. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini menggunakan skala likert 5 poin. Jawaban responden berupa pilihan lima alternatif yang ada, yaitu:

---

<sup>21</sup>Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*, 2002. Jakarta, PT Bumi Aksara.

Tabel 3.1 Skala Likert

<b>ALTERNATIF JAWABAN</b>	
<b>JAWABAN</b>	<b>SKOR</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## 2. Dokumentasi

Kajian dokumen merupakan sarana membantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi.

## G. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara analisis kuantitatif dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) adalah suatu metode yang berbasis keluarga regresi yang dikenalkan oleh Herman O.A Word untuk menciptakan dan pembagunan model dan metode untuk ilmu-ilmu sosial dengan pendekatan yang berorientasi pada prediksi. PLS memiliki asumsi data penelitian bebas distribusi (*Distribution- Free*), artinya data penelitian tidak mengacuh pada salah satu distribusi tertentu (misalnya distribusi normal). PLS digunakan untuk mengetahui kompleksitas hubungan suatu konstruk dan konstruk yang lain, serta hubungan suatu konstruk dan indikator-indikatornya.

PLS didefinisikan oleh dua persamaan, yaitu *inner model* dan *outer model*. *Inner model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dan konstruk yang lain, sedangkan *outer model* menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk dan indikator- indikatornya. Konstruk terbagi menjadi dua yaitu konstruk eksogen dan konstruk endogen. Konstruk endogen merupakan konstruk penyebab, konstruk yang tidak dipengaruhi oleh konstruk lainnya. Konstruk eksogen memberikan efek kepada konstruk lainnya, sedangkan konstruk endogen merupakan konstruk yang dijelaskan oleh konstruk eksogen. Konstruk endogen adalah efek dari konstruk eksogen.<sup>22</sup>PLS dapat bekerja untuk model hubungan konstruk dan indikator-indikatornya yang bersifat reflektif dan formatif.

---

<sup>22</sup>Yamin dan Kurniawan,2009

**BAB IV**  
**PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

**A. Pembahasan Hasil Penelitian**

**1. Analisis Data**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis yang diperoleh dari Pengaruh Bisnis Busana Muslimah Terhadap Peningkatan Iman Konsumen Dan Nilai Kesejahteraan Pengusahanya (Studi kasus Butik CV. Collection di Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa) dan diolah dengan menggunakan model SmartPLS 2.0.

a. Diskripsi hasil penelitian

1) Bisnis Busanan Muslimah ( $\xi$ )

**Tabel 1.1 bisnis busana muslimah**

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	X <sub>1</sub> (Model)	36	30	–	–	–
2	X <sub>2</sub> (Harga Terjangkau)	7	58	1	–	–
3	X <sub>3</sub> (Kualitas)	30	35	1	–	–
4	X <sub>4</sub> (Agama)	30	36	–	–	–

Kesimpulan:

X<sub>1</sub> = untuk indikator X<sub>1</sub> (Model) yang memilih kategori setuju : 36.

Indikator ini mampu memengaruhi variabel bisnis busana muslimah.

$X_2$  = untuk indikator  $X_2$  (Harga Terjangkau) yang memiliki kategori setuju :58. Indikator ini mampu memengaruhi variabel bisnis busana muslimah.

$X_3$  = untuk indikator  $X_3$  (Kualitas) yang memiliki kategori setuju : 35.

Indikator ini mampu memengaruhi variabel bisnis busana muslimah.

$X_4$  = untuk indikator  $X_4$  (Agama) yang memiliki kategori setuju : 36.

Indikator ini mampu memengaruhi variabel bisnis busana muslimah.

## 2). Iman Konsumen( $\alpha$ )

**Tabel 1.2 iman kosumen**

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	$X_5$ (Mencintai Busana Muslimah)	1	64	1	-	-
2	$X_6$ (Percaya Diri)	37	28	1	-	-
3	$X_7$ (Niat)	27	37	2	-	-
4	$X_8$ (Selamat Dunia Akhirat)	18	47	1	-	-

Kesimpulan:

$X_5$ = untuk Indikator (Mencintai Busana Muslimah) yang memiliki kategori setuju sebanyak : 64. Indikator ini mampu memengaruhi variabel iman konsumen.

$X_6$ = untuk Indikator (Percaya Diri) yang memiliki kategori setuju sebanyak :37. Indikator ini mampu memengaruhi Variabel iman konsumen.

$X_7$ = untuk Indikator (Niat) yang memiliki kategori setuju sebanyak :37.

Indikator ini mampu memengaruhi variabel iman konsumen.

$X_8$  = untuk Indikator (Selamat Dunia Akhirat) yang memiliki kategori setuju sebanyak : 47. Indikator ini mampu memengaruhi variabel iman konsumen.

### 3). Kesejahteraan Pengusahanya( $\beta$ )

**Tabel 1.3 kesejahteraan pengusahanya**

No	Indikator	Pernyataan Responden				
		5	4	3	2	1
1	$Y_1$ (Nilai Pendapatan)	26	40	-	-	-
2	$Y_2$ (Promosi)	21	44	1	-	-
3	$Y_3$ (Percontohan)	6	60	-	-	-
4	$Y_4$ (Memiliki Omset)	29	36	1	-	-

Kesimpulan :

$Y_1$ = untuk Indikator (Nilai Pendapatan) yang memiliki kategori setuju sebanyak 40. Indikator ini mampu memengaruhi variabel kesejahteraan pengusahanya.

$Y_2$ = untuk Indikator (Promosi) yang memiliki kategori setuju sebanyak 44. Indikator ini mampu memengaruhi variabel kesejahteraan pengusahanya.

$Y_3$  = untuk Indikator (Percontohan) yang memiliki kategori setuju sebanyak 60. Indikator ini mampu memengaruhi variabel kesejahteraan pengusahanya.

$Y_4$  = untuk Indikator (Memiliki Omset) yang memiliki kategori setuju sebanyak 36. Indikator ini mampu memengaruhi variabel kesejahteraan pengusahnya.

b. Uji validasi dan reliability

Diperoleh nilai validasi dan reliability digunakan *composite reliability* dengan nilai diatas 0,70 ( $>0,70$ ) bisnis busana muslimah  $0,552 < 0,70$  jadi data tersebut tidak reliability. Untuk nilai validasi digunakan *Cronback Alpha* dengan nilai (0,05 ) digunakan 0,195  $> 0,05$  sangat valid. Iman kosumen  $0,656 < 0,70$  jadi data tersebut tidak reliability. Untuk nilai validasi digunakan *Cronback Alpha* dengan nilai (0,05) digunakan 0.308  $> 0,05$  sangat valid. Kesejahteraan pengusahnya nilai  $0,675 < 0,70$  jadi data tersebut tidak reliability. Untuk nilai validasi digunakan *Cronback Alpha* dengan (0,05) digunakan 0,442  $> 0,05$  sangat valid.

Model Specification Sebagai Berikut :

- Measurement Model Specification
- Manifest Variabel Scores (Original)
- Structural Model Specification

Measurement Model Specification adalah pengukuran :

1. Mean (rata<sup>2</sup>) hasil indification yang terdiri dari  $X_1$  sampai dengan  $X_4$  untuk Variabel Kebijakan dan  $X_5$  sampai dengan  $X_8$  untuk Variabel Kebijakan adalah terlihat dari olah data menunjukkan

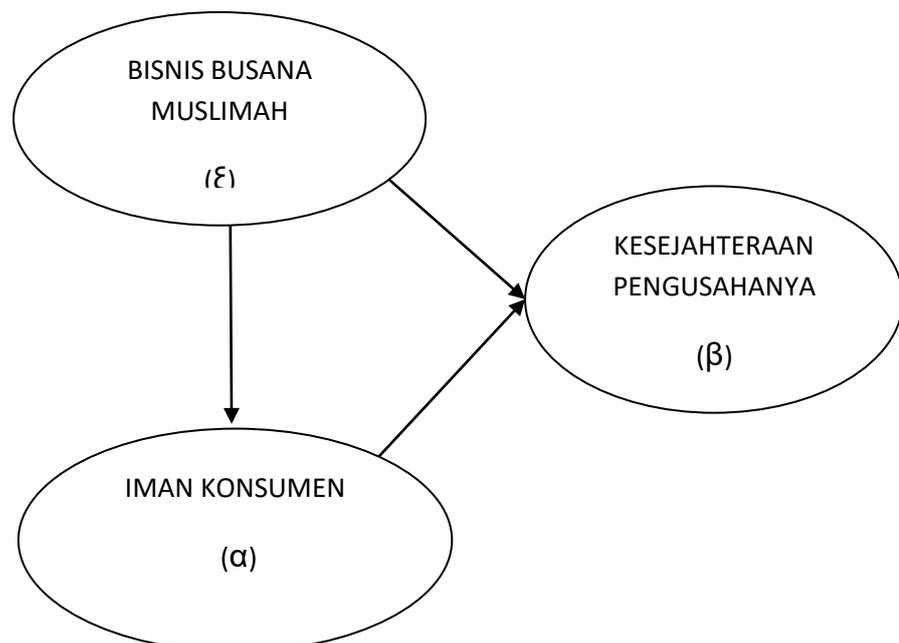
pada variabel bisnis busana muslimah  $X_1 \text{rata}^2 > 4$   $X_2 \text{rata}^2 > 5$  ,  $X_3 \text{rata}^2 > 4$  ,  $X_4 \text{rata}^2 > 3$  , Pada variabel iman konsumen adalah  $X_5 \text{rata}^2 > 3$  ,  $X_6 \text{rata}^2 > 4$  ,  $X_7 \text{rata}^2 > 3$  ,  $X_8 \text{rata}^2 > 4$  . Sedangkan pada variabel kesejahteraan pengusahanya adalah  $Y_1 \text{rata}^2 > 4$  ,  $Y_2 \text{rata}^2 > 4$  ,  $Y_3 \text{rata}^2 > 4$  ,  $Y_4 \text{rata}^2 > 4$  ,.

## 2. Score Manifest dari variabel masing-masing

- Variabel bisnis busana muslimah ( $\xi$ )
- Variabel iman konsumen ( $\alpha$ )
- Variabel kesejahteraan pengusahanya ( $\beta$ )

Manifest di variabel bisnis busana muslimah ( $\xi$ ) telah diukur dari ( $X_1$  sampai dengan  $X_4$ ) dan variabel iman konsumentelah diukur dari ( $X_5$  sampai dengan  $X_8$ ) dan variabel kesejahteraan pengusahanya telah diukur dari ( $Y_1$  sampai dengan  $Y_4$ ).

## 3. Model Specification adalah sebagai berikut :



Ini adalah struktur ( path model ) model jalur dengan pengertian bahwa Variabel ( $\xi$ ) berpengaruh terhadap variabel ( $\alpha$ ) sedangkan variabel ( $\alpha$ ) berpengaruh terhadap variabel ( $\beta$ ).

Partial Lear Square, untuk diketahui

Kriteria quality, Dapat dilihat dari :

- ✓ Overview
- ✓ Redundancy
- ✓ Cronbachs Alpha
- ✓ Latent Variable Correlations
- ✓ R Square
- ✓ AVE
- ✓ Communality
- ✓ Total Effects
- ✓ Composite Reliability

Struktur Model Specification

Hasil olah data diperoleh sebagai berikut :

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha
<b>BISNIS BUSANA MUSLIMAH</b>	<b>0.30948</b>	<b>0.552323</b>		<b>0.195269</b>
<b>IMAN KONSUMEN</b>	<b>0.332986</b>	<b>0.656246</b>	<b>0.379886</b>	<b>0.308121</b>
<b>PENDAPATAN PENGUSAHANYA</b>	<b>0.374678</b>	<b>0.675712</b>	<b>0.34657</b>	<b>0.442689</b>

## 2. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran adalah evaluasi hubungan antara konstruk dengan indikatornya. Evaluasi ini meliputi dua tahap, yaitu evaluasi terhadap *convergent validity* dan *discriminant validity*. Convergent validity dapat dievaluasi dalam tiga tahap, yaitu indikator validitas, reliabilitas konstruk, dan nilai average variance extracted (AVE). Indikator validitas dapat dilihat dari nilai factor loading. Bila nilai factor loading suatu indikator lebih dari 0,5 dan nilai t statistic lebih dari 2,0 maka dapat dikatakan valid. Sebaliknya, bila nilai loading factor kurang dari 0,5 dan memiliki nilai t statistik kurang dari 2,0 maka dikeluarkan dari model.

Semua loading factor memiliki nilai t statistic lebih dari 2,0 sehingga jelas memiliki validitas yang signifikan. Nilai t statistic untuk loading bisnis busana muslimah  $X_1$  s/d  $X_4$  dan untuk Variabel Iman konsumenn  $X_5$  s/d  $X_8$ , berikut variabel Kesejahteraan pegusahanya  $Y_1$  s/d  $Y_4$  adalah valid.

Syarat jika factor loading  $> 0,5$  dan nilai + stal  $< 2,0$  maka dikeluarkan dari model. Dan untuk model penelitian tersebut yang dimana:

1. Variabel bisnis busana muslimah ( $\xi$ ) yang dimana  $X_1(8,662) > 0,5$

$$X_2(0,014) < 0,5$$

$$X_3(4,689) > 0,5$$

$$X_4(1,723) > 0,5$$

Artinya nilai factor loading  $> 0,5$ . Ini menunjukkan bahwa data ini benar-benar valid.

2. Variabel iman konsumen ( $\alpha$ ) yang dimana  $X_5 (2,111) > 0,5$

$$X_6 (2,178) > 0,5$$

$$X_7 (3,260) > 0,5$$

$$X_8 (4,529) > 0,5$$

Artinya nilai factor loading  $> 0,5$ . Ini menunjukkan bahwa data ini benar-benar sangat valid

3. Variabel kesejahteraan pengusahanya ( $\beta$ ) yang dimana  $Y_1 (7,430) > 0,5$

$$Y_2 (6,994) > 0,5$$

$$Y_3 (2,210) > 0,5$$

$$Y_4 (1,629) > 0,5$$

Olah data tersebut menunjukkan factor loading  $> 0,5$  yang diartikan data sangat akurat (valid).

**Outer Loading (Mean, STDEV, T-Values )**

	Original sampel (O)	Sampel Mean (M)	StandartDeviatinon (STDEV)	Standart Error (STEER)	T Statistik (O / STERR)
<b>X1 &lt;- BISNIS BUSANA MUSLIMAH</b>	0.782272	0.758764	0.090307	0.090307	8.662391
<b>X2 &lt;- BISNIS BUSANA MUSLIMAH</b>	0.002835	-0.018931	0.20721	0.20721	0.013684
<b>X3 &lt;- BISNIS BUSANA MUSLIMAH</b>	0.708232	0.679819	0.151045	0.151045	4.688881
<b>X4 &lt;- BISNIS BUSANA MUSLIMAH</b>	0.352665	0.333861	0.204681	0.204681	1.722997
<b>X5 &lt;- IMAN KONSUMEN</b>	0.425117	0.401683	0.201366	0.201366	2.111165
<b>X6 &lt;- IMAN KONSUMEN</b>	0.467446	0.479757	0.21467	0.21467	2.177513
<b>X7 &lt;- IMAN KONSUMEN</b>	0.650142	0.607616	0.199424	0.199424	3.260103
<b>X8 &lt;- IMAN KONSUMEN</b>	0.714164	0.658841	0.157679	0.157679	4.52922
<b>Y1 &lt;- PENDAPATAN</b>	0.776687	0.747793	0.104538	0.104538	7.429739

<b>PENGUSAHANYA</b>					
<b>Y2 &lt;- PENDAPATAN PENGUSAHANYA</b>	0.804608	0.784654	0.115046	0.115046	6.99377 7
<b>Y3 &lt;- PENDAPATAN PENGUSAHANYA</b>	0.381738	0.369549	0.172723	0.172723	2.210122
<b>Y4 &lt;- PENDAPATAN PENGUSAHANYA</b>	0.319924	0.332176	0.196441	0.196441	1.628599

Semua loading factor memiliki nilai t statistik lebih dari 2.0 sehingga jelas memiliki validasi yang signifikan. Nilai t statistik untuk loading faktor indikator adalah 8.662391(> 2,0 ).

Pemeriksaan selanjutnya dari convergent validity adalah reliabilitas konstruk dengan melihat output *composite reliability* atau cronbach's alpha. Criteria dikatakan *reliable* adalah nilai *composite reliability* atau cronbach's alpha lebih dari 0,70. Dari output berikut menunjukkan konstruk NORM memiliki nilai cronbach's alpha 0,1952 kurang dari 0, 70. Tetapi, bila dilihat dari nilai *composite reliability*, nilainya 0,5523 (>0,70 ), sehingga tetap dikatakan *reliable*. Konstruk lainnya memiliki nilai *composite reliability* dan cronbach's alpha diatas 0,70. Pemeriksaan terakhir dari convergent validity adalah melihat output AVE. konstruk memiliki convergent validity yang baik adalah apabila nilai AVE lebih dari 0,50. Berdasarkan tabel berikut, semua nilai AVE konstruk Attitude, Enjoiment, Intention, Norm, dan Trust memiliki nilai AVE di atas 0,50.

**overview**

	<b>AVE</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>R Square</b>	<b>Cronbachs Alpha</b>
<b>BISNIS BUSANA MUSLIMAH</b>	0.30948	0.552323		0.195269
<b>IMAN KONSUMEN</b>	0.332986	0.656246	0.379886	0.308121
<b>PENDAPATAN PENGUSAHANYA</b>	0.374678	0.675712	0.34657	0.442689

Evaluasi discriminant validity dilakukan dalam dua tahap, yaitu melihat nilai *cross loading* dan membandingkan antara nilai kuadrat korelasi antara konstruk dengan nilai AVE atau korelasi antara konstruk dengan akar AVE. criteria dalam cross loading adalah bahwa setiap indikator yang mengukur konstruknya haruslah berkorelasi lebih tinggi dengan konstruknya dibandingkan dengan konstruk lainnya.

Hasil output cross loading adalah sebagai berikut :

	<b>BISNIS BUSANA MUSLIMAH</b>	<b>IMAN KONSUMEN</b>	<b>PENDAPATAN PENGUSAHANYA</b>
<b>X1</b>	0.782272	0.467014	0.382771
<b>X2</b>	0.002835	0.140423	-0.110855
<b>X3</b>	0.708232	0.455774	0.471557
<b>X4</b>	0.352665	0.191917	0.210522
<b>X5</b>	0.240334	0.425117	0.204596
<b>X6</b>	0.29291	0.467446	0.348489
<b>X7</b>	0.353982	0.650142	0.292543
<b>X8</b>	0.491173	0.714164	0.196321
<b>Y1</b>	0.490412	0.409204	0.776682
<b>Y2</b>	0.413556	0.298765	0.804608
<b>Y3</b>	0.238679	0.220146	0.381738
<b>Y4</b>	0.120823	-0.017762	0.319924

Korelasi X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, dan X<sub>4</sub>, konstruk attitude adalah 0.782272 > 0,7 dan 0.002835, 0.708232. Nilai korelasi indikator tersebut lebih rendah dengan konstruk attitude dibandingkan dengan konstruk lainnya. Sama

halnya dengan dengan indikator X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub>, X<sub>6</sub>, dan X<sub>8</sub> yang berkorelasi lebih rendah dengan konstruk Enjoyment.

Berdasarkan tabel cross loading di atas, setiap indikator berkorelasi lebih tinggi dengan konstraknya masing-masing dibandingkan dengan konstraklainnya, sehingga dikatakan memiliki discriminant validity yang baik. Pemeriksaan selanjutnya adalah membandingkan antara korelasi dengan konstruk akar AVE konstruk. Hasilnya adalah sebagai berikut :

#### **Latent Variable Correlations**

	<b>BISNIS BUSANA MUSLIMAH</b>	<b>IMAN KONSUMEN</b>	<b>PENDAPATAN PENGUSAHANYA</b>
<b>BISNIS BUSANA MUSLIMAH</b>	1		
<b>IMAN KONSUMEN</b>	0.616349	1	
<b>PENDAPATAN PENGUSAHANYA</b>	0.575874	0.45119	1

### **3. Evaluasi Model Struktural**

Setelah pemeriksaan model pengukuran terpenuhi, maka selanjutnya adalah pemeriksaan terhadap model struktural. pemeriksaan ini meliputi signifikan hubungan jalur dan nilai R<sup>2</sup>.

Path coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)
<b>BISNIS BUSANA MUSLIMAH - &gt; IMAN KONSUMEN</b>	0.616349	0.631977	0.068214	0.068214
<b>BISNIS BUSANA MUSLIMAH - &gt; PENDAPATAN PENGUSAHANYA</b>	0.480208	0.488878	0.124673	0.124673
<b>IMAN KONSUMEN -&gt; PENDAPATAN PENGUSAHANYA</b>	0.155214	0.162302	0.135684	0.135684

Berdasarkan tabel Path Coefficient di atas, hubungan jalur yang signifikan adalah Attitude terhadap Intention (hipotesis 1), Enjoyment terhadap Attitude (hipotesis 2), dan Trust terhadap Attitude (hipotesis 3), karena memiliki nilai t statistic lebih besar dari 2,0.

Nilai akhir  $R^2$  adalah sebagai berikut :

	$R^2$
<b>BISNIS BUSANA MUSLIMAH</b>	
<b>IMAN KONSUMEN</b>	0.379886
<b>PENDAPATAN PENGUSANYA</b>	0.34657

Nilai  $R^2$  konstruk Attitude adalah 0,3798. Artinya, konstruk Trust dan Enjoyment secara simultan mampu menjelaskan *variability* konstruk Attitude sebesar 37%.

Nilai  $R^2$  konstruk Intention adalah 0,3465. Artinya, konstruk Trust, Enjoyment, Norm, dan attitude secara simultan mampu menjelaskan variability konstruk Intention sebesar 4%.

#### **4. Jawaban Hasil Penelitian**

##### **4.1 Hipotesis 1 : Variabel Bisnis Busana Muslimah Berpengaruh Terhadap Iman Konsumen**

Hasil pengujian *outer* model yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bisnis busana muslimah memiliki pengaruh antara variabel iman konsumen sebesar 9,035. Sedangkan tabel distribusi  $t$  menunjukkan bahwa  $t_{hitung} = 9,035$  lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,671$  dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 1 diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bisnis busana muslimah terhadap iman konsumen.

##### **4.2 Hipotesis 2 : Variabel Bisnis Busana Muslimah Berpengaruh Terhadap Variabel Kesejahteraan Pengusahanya**

Hasil pengujian *outer* model yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bisnis busana muslimah berpengaruh terhadap variabel kesejahteraan pengusahanya sebesar 7,231. Sedangkan berdasarkan tabel distribusi  $t$  menunjukkan bahwa  $t_{hitung} = 7,231$  lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,671$  dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 2 diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

antara variabel bisnis busana muslimah berpengaruh terhadap variabel kesejahteraan pengusahanya.

#### **4.3 Hipotesis 3 : Variabel Iman Konsumen Berpengaruh Terhadap Variabel Kesejahteraan Pengusahanya**

Hasil pengujian *outer* model yang telah dilakukan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel iman konsumen berpengaruh terhadap variabel kesejahteraan pengusahanya sebesar 1,143. Sedangkan berdasarkan tabel distribusi *t* menunjukkan bahwa  $t_{hitung} = 1,143$  lebih besar dari  $t_{tabel} = 1,671$  dengan taraf signifikan 0,05 yang menunjukkan bahwa pada hipotesis 3 ditolak karena terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara variabel iman konsumen berpengaruh terhadap variabel kesejahteraan pengusahanya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Variabel bisnis busana muslimah berpengaruh terhadap variabel iman konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bisnis busana muslimah dapat memengaruhi variabel iman konsumen yang signifikan.
2. Variabel bisnis busana muslimah berpengaruh terhadap variabel kesejahteraan pengusahnya. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bisnis busana muslimah dapat memengaruhi variabel kesejahteraan pengusahnyaakan tetapi tidak signifikan.
3. Variabel iman konsumen berpengaruh terhadap variabel kesejahteraan pengusahany. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel iman konsumen dapat memengaruhi variabel kesejahteraan pengusahnyaakan tetapi tidak signifikan.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka disarankan

1. Pengusaha harus mengoptimalkan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya.
2. Pengusaha sebaiknya memperluas pemasaran dengan banyak membuka cabang.
3. Pengusaha sebaiknya menambah barang yang lebih beragam dan tentunya *up to date*.

4. Pengusaha sebaiknya mengamati perkembangan dunia fashion baik nasional ataupun internasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Muhammad. 2007. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Yogyakarta
- Jusmaliani. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta
- Ahmad M Saefuddin. *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta Pusat
- Lukman Khakim. *Pengertian Bisnis Dan Jenis-Jenis Bisnis*,  
www.dunsarware.com
- Rois, Abdul. *Makalah Tentang Busana Muslimah*,  
ps://abdulrois461.wordpress.com. diakses tanggal 05  
November 2016
- Anwar, Abdul Holikul. *Pengertian Iman Dalam Agama Islam*,
- Adiman. *Pengertian Konsumen*,
- Ahmad M Saefuddin. *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta Pusat
- Berten K, *Pengantar Etika Bisnis*. YogyakartaMaya. 2011.
- Iqbal Hasan. 2002. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*. Jakarta
- Robert G. D. Steel, *prinsip dan prosedur statistika*.
- Anshori, Muslish dan Sri Iswati, 2009. *Buku ajar metodologi penelitian kuantitatif*, Surabaya; Erlangga University Press.
- Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan, 2009. *Buku Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Leastsquare Path Modeling*:Salemba Infotek
- Steel, Robert G. D. dan James H. Torrie, *Buku prinsip dan prosedur statistika*.
- Boedi Abdullah 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*; Pustaka Setia
- .Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis*.
- M. Nur Rianto Al Arif,. *Teori Makro Ekonomi Islam (Konsep, Teori dan Analisis)*. Alfabeta
- Iwan Triyuwono. *Akutansi Syariah Perspektif, Metodologi dan Teori*. Raja Grafindo Persada

Manuel G. Velasquez. 2009. *Etika Bisnis*

Donald R. Cooper. Pamela S. Schindler. 2011. *Metode Penelitian Bisnis*.  
Salemba Empat.

Dr. Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*.

Uci Sanusi, Rudi Ahmad Suryadi, 2007. *Ilmu Pendidikan Islam*.

Malayu Hasibuan. *Manajemen Sumber Daya Manusia*.

## Table of contents (complete)

### [Model](#)

#### [Specification](#)

[Measurement Model Specification](#)

[Manifest Variable Scores \(Original\)](#)

[Structural Model Specification](#)

### [PLS](#)

#### [Quality Criteria](#)

[Overview](#)

[Redundancy](#)

[Cronbachs Alpha](#)

[Latent Variable Correlations](#)

[R Square](#)

[Cross Loadings](#)

[AVE](#)

[Communality](#)

[Total Effects](#)

[Composite Reliability](#)

#### [Calculation Results](#)

[Stop Criterion Changes](#)

[Outer Loadings](#)

[Outer Model \(Weights or Loadings\)](#)

[Path Coefficients](#)

[Latent Variable Scores](#)

[Manifest Variable Scores \(Used\)](#)

[Outer Weights](#)

#### [Data Preprocessing](#)

[Results \(chronologically\)](#)

[Step 0 \(Original Matrix\)](#)

#### [Index Values](#)

##### [Results](#)

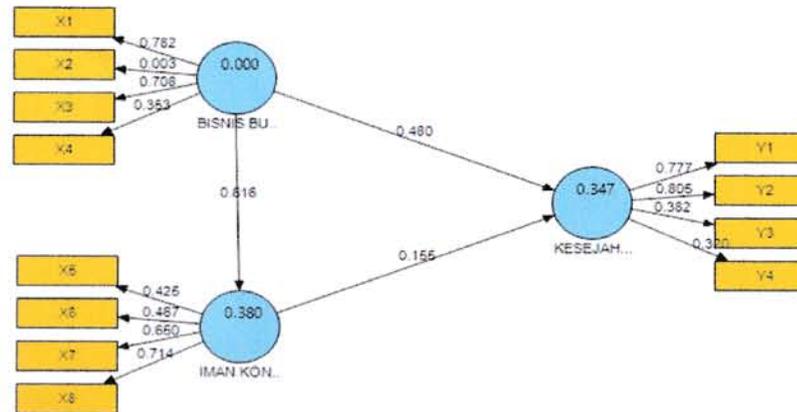
[Measurement Model \(restandardised\)](#)

[Path Coefficients](#)

[Measurement Model](#)

[Latent Variable Scores \(unstandardised\)](#)

[Index Values for Latent Variables](#)



	4.2	4.4	4.6	4.6	4.2	4.2	3.8	4.2	4.8	4.2	4	4.4
	4.2	4.4	4.4	4.4	4	4.4	3.8	4.4	4.2	4	3.8	4.8
	4.4	4.4	4.6	4.6	4.2	4.4	4.4	4.6	4.6	4.2	4	4.4
	4.4	3.4	4.6	4.6	3.6	4.4	4	4	4.4	4.2	5	4.6
	4.4	4.6	4.4	4.4	4	4.4	4.6	4.2	4.6	4.4	4.4	4

[Table of contents](#)

## Structural Model Specification

### PLS

#### Quality Criteria

#### Overview

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbach's Alpha	Communality	Redundancy
BISNIS BUSANA MUSLIMAH	0.30948	0.552323		0.195269	0.309481	
IMAN KONSUMEN	0.332986	0.656246	0.379886	0.308121	0.332987	0.126208
KESEJAHTERAAN PENGUSAHA HANYA	0.374678	0.675712	0.34657	0.442689	0.374678	0.116106

[Table of contents](#)

## Redundancy

	redundancy
BISNIS BUSANA MUSLIMAH	
IMAN KONSUMEN	0.126208
KESEJAHTERAAN PENGUSAHA HANYA	0.116106

[Table of contents](#)

## Cronbachs Alpha

	Cronbach's Alpha
BISNIS BUSANA MUSLIMAH	0.195269
IMAN KONSUMEN	0.308121
KESEJAHTERAAN PENGUSAHA HANYA	0.442689

[Table of contents](#)

## Latent Variable Correlations

	BISNIS BUSANA MUSLIMA H	IMAN KONSUME N	KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA
BISNIS BUSANA MUSLIMA H	1		
IMAN KONSUME N	0.616349	1	
KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.575874	0.45119	1

[Table of contents](#)

## R Square

	R Square
BISNIS BUSANA MUSLIMA H	
IMAN KONSUME N	0.379886
KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.34657

[Table of contents](#)

## Cross Loadings

	BISNIS BUSANA MUSLIMA H	IMAN KONSUME N	KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA
X1	0.782272	0.467014	0.382771
X2	0.002835	0.140423	-0.110855
X3	0.708232	0.455774	0.471557
X4	0.352665	0.191917	0.210522
X5	0.240334	0.425117	0.204596
X6	0.29291	0.467446	0.348489
X7	0.353982	0.650142	0.292543
X8	0.491173	0.714164	0.196321
Y1	0.490412	0.409204	0.776687
Y2	0.413556	0.298765	0.804608
Y3	0.238679	0.220146	0.381738
Y4	0.120823	-0.017762	0.319924

[Table of contents](#)

## AVE

	AVE
BISNIS BUSANA MUSLIMA H	0.30948
IMAN KONSUME N	0.332986
KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.374678

[Table of contents](#)

## Communality

	communality
BISNIS BUSANA MUSLIMAH	0.309481
IMAN KONSUMEN	0.332987
KESEJAHTERAAN PENGUSAHA HANYA	0.374678

[Table of contents](#)

## Total Effects

	BISNIS BUSANA MUSLIMAH	IMAN KONSUMEN	KESEJAHTERAAN PENGUSAHA HANYA
BISNIS BUSANA MUSLIMAH		0.616349	0.575874
IMAN KONSUMEN			0.155214
KESEJAHTERAAN PENGUSAHA HANYA			

[Table of contents](#)

## Composite Reliability

	Composite Reliability
BISNIS BUSANA MUSLIMAH	0.552323
IMAN KONSUMEN	0.656246
KESEJAHTERAAN PENGUSAHA HANYA	0.675712

[Table of contents](#)

## Calculation Results

### Stop Criterion Changes

Iteration	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y1	Y2	Y3	Y4
Iteration 0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Iteration 1	0.605573	0.048149	0.608886	0.267115	0.405479	0.442384	0.371164	0.521032	0.620668	0.51353	0.219328	0.050182
Iteration 2	0.578156	0.056768	0.623049	0.29883	0.317514	0.433789	0.450839	0.516814	0.588692	0.492513	0.291498	0.110002
Iteration 3	0.582368	0.02963	0.63175	0.274804	0.319579	0.440158	0.44854	0.513513	0.596892	0.487799	0.286382	0.107976
Iteration 4	0.581424	0.028938	0.631843	0.276715	0.314147	0.439379	0.455685	0.510812	0.593494	0.486775	0.294047	0.109803
Iteration 5	0.581867	0.026589	0.632538	0.274378	0.314001	0.440172	0.455625	0.510436	0.593842	0.486366	0.294389	0.10958
Iteration 6	0.581878	0.026312	0.632477	0.274477	0.3135	0.440127	0.456329	0.510123	0.593526	0.486288	0.295102	0.109694
Iteration 7	0.581916	0.026086	0.632549	0.27425	0.313455	0.440234	0.456329	0.510079	0.593531	0.486233	0.295218	0.109679
Iteration 8	0.581926	0.026034	0.632535	0.274256	0.313404	0.440233	0.456402	0.510044	0.593501	0.486226	0.295288	0.109688
Iteration 9	0.58193	0.026011	0.632543	0.274233	0.313397	0.440248	0.456401	0.510039	0.593499	0.486218	0.295308	0.109688
Iteration 10	0.581932	0.026003	0.63254	0.274234	0.313391	0.440248	0.45641	0.510035	0.593496	0.486217	0.295316	0.109689

[Table of contents](#)

## Outer Loadings

	BISNIS BUSANA MUSLIMA H	IMAN KONSUME N	KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA
X1	0.782272		
X2	0.002835		
X3	0.708232		
X4	0.352665		
X5		0.425117	
X6		0.467446	
X7		0.650142	
X8		0.714164	
Y1			0.776687
Y2			0.804608
Y3			0.381738
Y4			0.319924

[Table of contents](#)

## Outer Model (Weights or Loadings)

	BISNIS BUSANA MUSLIMA H	IMAN KONSUME N	KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA
X1	0.782272		
X2	0.002835		
X3	0.708232		
X4	0.352665		
X5		0.425117	
X6		0.467446	
X7		0.650142	
X8		0.714164	
Y1			0.776687
Y2			0.804608
Y3			0.381738
Y4			0.319924

[Table of contents](#)

## Path Coefficients

	BISNIS BUSANA MUSLIMA H	IMAN KONSUME N	KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA
BISNIS BUSANA MUSLIMA H		0.616349	0.480208
IMAN KONSUME N			0.155214
KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA			

1.04357	-0.49679	0.496929	-0.083559	0	0.885841	-1.084043	-0.546624	0.086566	-0.77741	0.036769	-0.020378
-0.453726	2.417713	-0.146156	0.529209	0	0.885841	1.165858	0.134078	-0.548254	0.302781	0.036769	-0.020378
-1.202374	0.960461	0.496929	0.529209	0.837931	-0.960438	-1.084043	-0.546624	1.356208	-0.237315	-0.772149	-0.020378
-1.202374	0.960461	-0.146156	-0.083559	0	-0.345012	-1.084043	0.134078	-0.548254	-0.77741	-1.581068	1.324601
-0.453726	0.960461	0.496929	0.529209	0.837931	-0.345012	0.265897	0.814779	0.721387	-0.237315	-0.772149	-0.020378
-0.453726	-2.682668	0.496929	0.529209	-1.675861	-0.345012	-0.634063	-1.227326	0.086566	-0.237315	3.272442	0.652111
-0.453726	1.689087	-0.146156	-0.083559	0	-0.345012	0.715878	-0.546624	0.721387	0.302781	0.845687	-1.365358

[Table of contents](#)

## Outer Weights

	BISNIS BUSANA MUSLIMA H	IMAN KONSUME N	KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA
X1	0.581932		
X2	0.026003		
X3	0.63254		
X4	0.274234		
X5		0.313391	
X6		0.440248	
X7		0.45641	
X8		0.510035	
Y1			0.593496
Y2			0.486217
Y3			0.295316
Y4			0.109689

[Table of contents](#)

## Data Preprocessing

### Results (chronologically)

#### Step 0 (Original Matrix)

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y1	Y2	Y3	Y4
	4.8	4.2	4	5	4	4.4	3.6	4.8	4.4	4.4	4.6	4.4
	4.2	3.6	4.4	4.6	4	4.6	4.6	4.4	4.6	4.4	4.4	4.4
	4.6	4.2	4.6	4.8	4	4.8	4.6	4.6	4.4	4.8	4.2	4.8
	4.8	4.2	4.4	4.6	4	4.8	4.6	4.6	4.4	4.8	4.4	4.8
	4	4.2	3.4	4.4	3.8	5	3.6	3.8	3.6	3.6	4.4	4.4
	4.8	4.6	4.8	4.8	4.4	4.6	4.4	4.8	4.8	4.6	4.2	4.6
	5	4.2	4.2	4.4	4.4	4.8	4	4.2	4	4.6	4.6	4.2
	4.8	4.2	4.2	4	4	4.2	4.8	4.4	4	4.6	4.6	4.2
	4.4	3.8	4.6	4.2	4	4.6	4.4	4.8	3.8	3.6	4.4	4.2
	4.6	3.8	5	4	3.8	4.2	4.4	4.2	4.2	4.4	4.4	4.6
	4.6	4.2	4.6	4.2	3.8	4.4	4.6	4.4	4.6	4.4	4.4	4.6
	4.4	3.6	4.6	4.6	4	4.6	4.6	4.4	4.4	4.6	4.6	4.6
	4.8	4	4.8	*4	4.2	4.6	4.8	4.6	4.8	4.8	4.4	4.2
	4.8	4	4.4	4.4	3.6	4.8	4.6	4.6	4.6	4.6	4.4	4.4
	4.8	4	4.6	4.8	4.4	4.8	4.6	4.6	4.6	4.4	4.2	4.6
	4.8	4.2	4.8	3.8	4.2	4.6	4.4	4.4	4.4	4.6	4.4	4.6
	4	4.6	4.4	4.6	4.2	3.4	4.2	4.4	4	4	4.2	4
	4.4	4.2	5	4	4.6	5	4.6	4.4	4	4.4	4.2	4.6
	4.6	4.2	5	4	4.2	4.6	4.4	4.8	4.4	4.6	4.2	4.4
	4.2	4.2	4.6	4.6	4.2	4.8	4.4	4.2	4.8	4.4	4.2	4
	4.8	4	4	5	4.4	4.8	3.6	4.4	4.4	4.4	4	4.6
	4.4	4.6	4.6	4.6	4.2	4.6	4.8	4.6	4	4	4.2	4
	4.2	4.2	3.6	4.2	4.4	4.6	3.6	4.2	4.2	4.6	4	4.2
	4	4.2	4	4.2	3.8	4.2	3.2	3.2	3.6	4.4	4.2	4.8
	4.6	4	4.6	4.2	3.8	4.8	4.4	4.6	4.4	4.2	4.4	4.6
	4	3.8	4.2	3.8	3.4	3.8	4.2	4.2	4	3.6	3.8	4.6
	4.8	4	4.6	4.2	4	4.8	4.8	4	4.8	4.6	4.4	4.4
	4.8	3.6	4.8	4.4	4.2	4.6	5	4.4	4.6	4.2	5	4.6
	4.6	4.4	4.6	4.4	4	4.6	4.2	4.6	4	4.4	4	4.4
	4.4	4.2	4.6	4.6	3.6	4.8	4.4	4.8	4.8	4.2	4	4.8

4.4	4.2	4.4	3.8	4.2	4	4.4	4.2	4.2	4.6	4	4.4
4.8	4.2	4.8	4.2	4.2	5	4	4	4.8	4.4	4	4
4.6	4.4	4.6	4.2	4.4	4.2	5	4.2	4.8	4	4	4.6
4.8	4.2	4.4	4.6	4	4.4	3.6	4.4	4.4	3.8	4.2	4.6
4	4	4.6	4	4	4.4	4.4	4	4.6	4.2	4	4.2
4.4	4	4.4	4.6	3.8	4.4	4.4	4.8	4.6	3.6	4	3.8
4.4	4	4.4	4.6	3.8	4.4	4.8	4.4	4.6	4.8	4.2	4.4
4.8	4	4.2	4.4	3.6	4.8	4.4	4.4	4.2	3.8	4.2	3.4
4.4	4	4	4.2	3.8	3.8	4.2	4.4	4.4	3.8	4	4.2
4.6	4	4.4	4.6	4	4.8	4	3.8	3.8	4.2	4	4.8
4.8	4.6	4.2	3.8	3.6	4.2	4.6	4.4	4	4.6	4	4.6
4.8	4.4	4	4.4	4	3.6	4.8	4.4	3.8	3.2	4.2	4.2
3.8	4	4.2	3.6	3.8	4.6	3.8	3.8	3.8	4	4	4.6
4.8	4	4.2	5	4	4.8	3.6	4.4	4.4	4.4	4.2	4.6
4.8	4.2	4	5	4	4.8	3.8	4.4	4.4	4.4	4.2	4.6
4.8	4.4	4	5	4.2	4.8	3.6	4.4	4.4	4.4	4.2	4.8
4.6	4.6	4.8	4.8	3.6	4.6	4.6	4.4	4.6	4.8	4	4.2
4.6	4.4	4.6	4.8	4.2	4.6	4.8	4.4	4.6	4.6	4	4.6
4.8	4.2	4.8	4.6	3.8	4.6	4.6	4.6	4.6	4.6	4	4.8
4.6	3.8	4.8	4.6	3.8	4.6	4.8	4.8	4.6	4.8	4.4	4.4
4.4	4.2	4.8	4.2	4	4.4	4.2	4.4	4.8	4.8	4	4.4
4.4	4.2	4.4	4.6	3.8	4.4	3.6	4.4	4.2	3.8	4	3.6
4.2	4	4.2	4.4	4	4.4	4.6	4.4	4.6	4	3.8	4.2
4.6	3.6	4.8	4.6	4	4	3.8	4.4	4.2	4.4	3.8	4.4
4.6	4	4.2	4.6	3.8	4.4	3.8	4.6	4.2	3.8	4	3.8
4.4	4.2	4.4	4.4	4	4.2	4	4.4	4.8	4.2	4	4.8
4.6	4	4.4	4.8	4.2	4.4	4.6	4.2	4.4	4	4.2	4.4
4.4	4.2	4.4	4.2	3.8	4.6	4.8	4.4	4.4	3.6	4	4.2
4.4	3.8	4.4	4.6	4	5	3.4	3.6	4.6	4.8	4	4.6
4.8	4	4.6	4.4	4	4.8	3.8	4.2	4.4	4	4.2	4.4
4.4	4.8	4.4	4.6	4	4.8	4.8	4.4	4.2	4.4	4.2	4.4
4.2	4.4	4.6	4.6	4.2	4.2	3.8	4.2	4.8	4.2	4	4.4
4.2	4.4	4.4	4.4	4	4.4	3.8	4.4	4.2	4	3.8	4.8
4.4	4.4	4.6	4.6	4.2	4.4	4.4	4.6	4.6	4.2	4	4.4
4.4	3.4	4.6	4.6	3.6	4.4	4	4	4.4	4.2	5	4.6
4.4	4.6	4.4	4.4	4	4.4	4.6	4.2	4.6	4.4	4.4	4

[Table of contents](#)

## Index Values

### Results

#### Measurement Model (restandardised)

	BISNIS BUSANA MUSLIMA H	IMAN KONSUME N	KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA
X1	2.92823		
X2	0.01033		
X3	2.277263		
X4	1.080509		
X5		1.781093	
X6		1.438394	
X7		1.462756	
X8		2.430663	
Y1			2.465285
Y2			2.172826
Y3			1.543976
Y4			1.075726

[Table of contents](#)

## Path Coefficients

	BISNIS BUSANA MUSLIMA H	IMAN KONSUME N	KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA
BISNIS BUSANA MUSLIMA H		0.545591	0.416593
IMAN KONSUME N			0.152115
KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA			

[Table of contents](#)

## Measurement Model

	BISNIS BUSANA MUSLIMA H	IMAN KONSUME N	KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA
X1	0.465069		
X2	0.001641		
X3	0.361681		
X4	0.171609		
X5		0.250403	
X6		0.202223	
X7		0.205648	
X8		0.341726	
Y1			0.339673
Y2			0.299377
Y3			0.212733
Y4			0.148216

[Table of contents](#)

## Latent Variable Scores (unstandardised)

	BISNIS BUSANA MUSLIMA H	IMAN KONSUME N	KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA
Case 0	4.543993	4.272011	4.442547
Case 1	4.339996	4.381413	4.467935
Case 2	4.633666	4.490203	4.536491
Case 3	4.620021	4.490203	4.579038
Case 4	3.851963	4.001538	3.888759
Case 5	4.799672	4.577135	4.582841
Case 6	4.606377	4.330285	4.33691
Case 7	4.44472	4.341653	4.33691
Case 8	4.43703	4.476974	3.927051
Case 9	4.640394	4.140968	4.361709
Case 10	4.5307	4.290888	4.497578
Case 11	4.505346	4.381413	4.532065
Case 12	4.6614	4.540968	4.625977

Case 13	4.585371	4.390042	4.52781
Case 14	4.726351	4.590364	4.455031
Case 15	4.627406	4.390364	4.489519
Case 16	4.248622	4.106567	4.042547
Case 17	4.548037	4.612544	4.251227
Case 18	4.64105	4.527054	4.417329
Case 19	4.413316	4.362464	4.434036
Case 20	4.543665	4.316371	4.34455
Case 21	4.506986	4.540968	4.042547
Case 22	3.982991	4.207581	4.277204
Case 23	4.03465	3.552465	4.145001
Case 24	4.530372	4.398993	4.369768
Case 25	4.037686	3.918788	3.926632
Case 26	4.623386	4.326297	4.595745
Case 27	4.729387	4.513753	4.565342
Case 28	4.56535	4.367499	4.179038
Case 29	4.50633	4.417257	4.450187
Case 30	4.296706	4.200685	4.306848
Case 31	4.69605	4.252304	4.39149
Case 32	4.531028	4.414599	4.360668
Case 33	4.620021	4.13532	4.20747
Case 34	4.217009	4.163149	4.293323
Case 35	4.433666	4.386449	4.05441
Case 36	4.433666	4.332017	4.545139
Case 37	4.513035	4.280567	3.961676
Case 38	4.22035	4.087295	4.105637
Case 39	4.526679	4.093433	4.110514
Case 40	4.411054	4.200363	4.268556
Case 41	4.441355	4.22032	3.764753
Case 42	3.910679	3.961779	4.020995
Case 43	4.616001	4.21621	4.387097
Case 44	4.543993	4.257339	4.387097
Case 45	4.544321	4.26629	4.41674
Case 46	4.706658	4.281252	4.472949
Case 47	4.633994	4.472623	4.47236
Case 48	4.764694	4.399678	4.502003
Case 49	4.671024	4.509152	4.587686
Case 50	4.510022	4.258709	4.570527
Case 51	4.433994	4.08524	3.948773
Case 52	4.233994	4.340968	4.190901
Case 53	4.670696	4.095561	4.204426
Case 54	4.454343	4.194714	3.978416
Case 55	4.399672	4.177135	4.450187
Case 56	4.561001	4.322704	4.237702
Case 57	4.36535	4.372462	4.045762
Case 58	4.433337	3.942144	4.532236
Case 59	4.657708	4.188994	4.237702
Case 60	4.434978	4.462987	4.289519
Case 61	4.413644	4.117741	4.390901
Case 62	4.306986	4.17645	4.143961
Case 63	4.506658	4.418265	4.322966
Case 64	4.505017	3.980728	4.497408
Case 65	4.400328	4.272623	4.408648

[Table of contents](#)

## Index Values for Latent Variables

	LV Index Values
BISNIS BUSANA MUSLIMA H	4.47706
IMAN KONSUME N	4.284747
KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	4.313587

[Table of contents](#)

**Table of contents (complete)**

[Bootstrapping](#)

[Bootstrapping](#)

[Outer Weights](#)

[Inner Model T-Statistic](#)

[Path Coefficients](#)

[Total Effects \(Mean, STDEV, T-Values\)](#)

[Outer Model T-Statistic](#)

[Path Coefficients \(Mean, STDEV, T-Values\)](#)

[Outer Weights \(Mean, STDEV, T-Values\)](#)

[Total Effects](#)

[Outer Loadings](#)

[Outer Loadings \(Mean, STDEV, T-Values\)](#)

[Model](#)

[Specification](#)

[Measurement Model Specification](#)

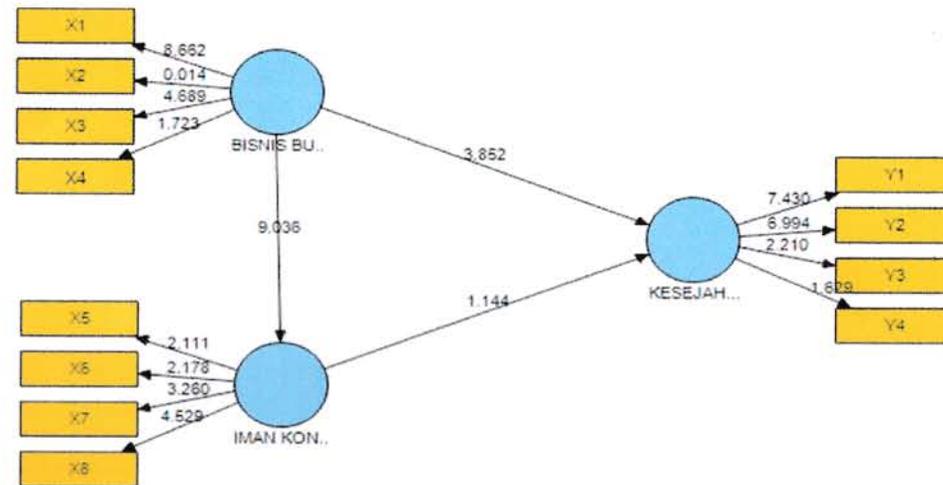
[Manifest Variable Scores \(Original\)](#)

[Structural Model Specification](#)

[Data Preprocessing](#)

[Results \(chronologically\)](#)

[Step 0 \(Original Matrix\)](#)



Sample 183	0.445788	-0.225577	0.669535	0.363644	0.047012	0.642569	0.486661	0.470178	0.518054	0.428071	0.436629	0.216538
Sample 184	0.661738	0.081834	0.583408	0.200623	0.160106	0.504946	0.496527	0.459115	0.562876	0.559887	0.121594	0.135726
Sample 185	0.464521	0.156301	0.677771	0.280857	0.180223	0.292686	0.464162	0.547094	0.607066	0.525012	0.142381	0.149748
Sample 186	0.567025	-0.083274	0.705165	-0.143985	0.18286	0.273636	0.640468	0.425912	0.590065	0.496441	0.26807	0.088815
Sample 187	0.539989	-0.165519	0.582024	0.261374	0.234788	0.463494	0.514988	0.460313	0.612296	0.341485	0.478251	0.066829
Sample 188	0.553969	0.048049	0.556535	0.329763	0.374732	0.456656	0.316285	0.473779	0.583059	0.44182	0.299024	0.043511
Sample 189	0.688144	-0.048469	0.570048	0.122045	0.095491	0.46359	0.568309	0.448573	0.498844	0.443523	0.373558	0.249371
Sample 190	0.713912	-0.269428	0.552912	0.223311	-0.01397	0.887681	0.28551	0.186613	0.411157	0.442998	0.343854	0.392863
Sample 191	0.469086	-0.163868	0.742841	0.389944	-0.041667	0.77523	0.490034	0.345443	0.430524	0.363615	0.442438	0.433893
Sample 192	0.625789	0.041325	0.352335	0.578567	0.49578	0.692702	0.06423	0.485615	0.443587	0.535474	0.317715	0.120671
Sample 193	0.514225	0.111625	0.68708	0.372183	0.446973	0.614372	0.394076	0.530918	0.550753	0.488455	-0.037161	0.254531
Sample 194	0.53888	-0.248461	0.650539	0.102261	0.190088	0.558423	0.64194	0.352757	0.520555	0.426576	0.388643	0.254629
Sample 195	0.67506	-0.016968	0.551324	0.187408	0.261164	0.456483	0.439988	0.450214	0.658059	0.453538	0.252028	0.109509
Sample 196	0.624393	0.108771	0.65182	0.183779	0.350617	0.559866	0.491455	0.475959	0.508317	0.56389	0.194973	0.142064
Sample 197	0.565748	-0.054897	0.71525	0.277081	0.218473	0.48573	0.434414	0.528437	0.613746	0.428217	0.229614	0.216401
Sample 198	0.577077	0.173044	0.706247	0.264206	0.298933	0.252391	0.483043	0.569652	0.541252	0.606548	0.087522	0.166585
Sample 199	0.519114	0.167831	0.514692	0.367372	0.537389	0.443081	0.308418	0.451956	0.624463	0.499064	0.216691	-0.095919

[Table of contents](#)

## Inner Model T-Statistic

	BISNIS BUSANA MUSLIMAH	IMAN KONSUMEN	KESEJAHTERAAN PENGUSAHANYA
BISNIS BUSANA MUSLIMAH		9.035513	3.851737
IMAN KONSUMEN			1.143936
KESEJAHTERAAN PENGUSAHANYA			

[Table of contents](#)

## Path Coefficients

	BISNIS BUSANA MUSLIMAH -> IMAN KONSUMEN	BISNIS BUSANA MUSLIMAH -> KESEJAHTERAAN PENGUSAHANYA	IMAN KONSUMEN -> KESEJAHTERAAN PENGUSAHANYA
Sample 0	0.534131	0.348861	0.271156
Sample 1	0.563351	0.290121	0.194472
Sample 2	0.596758	0.470966	0.162846
Sample 3	0.591153	0.365134	0.366492
Sample 4	0.668726	0.18467	0.488928
Sample 5	0.660808	0.518191	0.206474
Sample 6	0.698795	0.646964	-0.004206
Sample 7	0.57343	0.549457	0.021479
Sample 8	0.703759	0.40646	0.17609
Sample 9	0.592256	0.471732	0.238812

Sample 198	0.680247	0.649671	-0.136014
Sample 199	0.760462	0.494889	0.233125

[Table of contents](#)

### Total Effects (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ( O/STERR )
BISNIS BUSANA MUSLIMA H -> IMAN KONSUMEN	0.616349	0.631977	0.068214	0.068214	9.035513
BISNIS BUSANA MUSLIMA H -> KESEJAHTERAAN PENGUSAHANYA IMAN KONSUMEN -> KESEJAHTERAAN PENGUSAHANYA	0.575874	0.590208	0.079635	0.079635	7.2314
KESEJAHTERAAN PENGUSAHANYA	0.155214	0.162302	0.135684	0.135684	1.143936

[Table of contents](#)

### Outer Model T-Statistic

	BISNIS BUSANA MUSLIMA H	IMAN KONSUMEN	KESEJAHTERAAN PENGUSAHANYA
X1	8.662391		
X2	0.013684		
X3	4.688881		
X4	1.722997		
X5		2.111165	
X6		2.177513	
X7		3.260103	
X8		4.52922	
Y1			7.429739
Y2			6.993777
Y3			2.210122
Y4			1.628599

[Table of contents](#)

### Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ( O/STERR )
BISNIS BUSANA MUSLIMA H -> IMAN KONSUMEN	0.616349	0.631977	0.068214	0.068214	9.035513

BISNIS BUSANA MUSLIMA H -> KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.480208	0.488878	0.124673	0.124673	3.851737
IMAN KONSUME N -> KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.155214	0.162302	0.135684	0.135684	1.143936

[Table of contents](#)

## Outer Weights (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ( O/STERR )
X1 <- BISNIS BUSANA MUSLIMA H	0.581932	0.568909	0.076228	0.076228	7.634072
X2 <- BISNIS BUSANA MUSLIMA H	0.026003	0.013731	0.153654	0.153654	0.169229
X3 <- BISNIS BUSANA MUSLIMA H	0.63254	0.603594	0.114819	0.114819	5.509008
X4 <- BISNIS BUSANA MUSLIMA H	0.274234	0.25909	0.128717	0.128717	2.130522
X5 <- IMAN KONSUME N	0.313391	0.290418	0.142016	0.142016	2.206729
X6 <- IMAN KONSUME N	0.440248	0.45032	0.182637	0.182637	2.410507
X7 <- IMAN KONSUME N	0.45641	0.429875	0.143704	0.143704	3.176033
X8 <- IMAN KONSUME N	0.510035	0.463418	0.10451	0.10451	4.880233
Y1 <- KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.593496	0.558901	0.099937	0.099937	5.938705
Y2 <- KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.486217	0.472241	0.101321	0.101321	4.798764
Y3 <- KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.295316	0.28516	0.139777	0.139777	2.112767
Y4 <- KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.109689	0.123249	0.131372	0.131372	0.834948

[Table of contents](#)

## Total Effects

Sample 167	0.79633	0.028889	0.771151	0.258964	0.386075	0.199631	0.797265	0.853981	0.805055	0.871307	0.134014	0.416334
Sample 168	0.859133	0.018662	0.630864	0.498058	0.325682	0.405884	0.73763	0.725078	0.74958	0.594128	0.626894	0.120949
Sample 169	0.733893	-0.026366	0.851717	0.243411	0.542432	0.081627	0.726439	0.761584	0.856985	0.898011	0.121844	0.370788
Sample 170	0.798827	0.374236	0.689568	0.589227	0.663796	0.396442	0.654111	0.689031	0.812408	0.847117	0.23721	0.209072
Sample 171	0.639769	-0.285553	0.797257	0.161834	0.565173	0.640149	0.496384	0.639659	0.780776	0.76719	0.534889	0.306325
Sample 172	0.809706	0.262468	0.778003	0.306287	0.401017	-0.097794	0.815606	0.816115	0.825954	0.847303	0.110694	0.268819
Sample 173	0.593155	0.071992	0.808662	0.128366	0.356771	0.350548	0.704358	0.781837	0.751277	0.867044	0.125721	0.413903
Sample 174	0.827022	-0.118369	0.733572	0.304091	-0.007714	0.479825	0.7521	0.698742	0.782346	0.847388	0.316166	0.469889
Sample 175	0.70122	0.01883	0.827562	0.102392	0.589235	0.215485	0.670916	0.748362	0.802584	0.84963	0.278696	0.324866
Sample 176	0.743713	0.364938	0.576965	0.502746	0.618505	0.686597	0.304739	0.365518	0.666829	0.805051	0.470981	0.345833
Sample 177	0.785628	0.045663	0.720874	0.13288	0.62189	0.235583	0.703448	0.739045	0.873727	0.833303	0.173736	0.321812
Sample 178	0.804225	-0.486161	0.512592	0.138249	0.044998	0.859655	0.371918	0.383262	0.594945	0.801194	0.544153	0.51309
Sample 179	0.737051	0.276192	0.428424	0.403363	0.593112	0.711447	0.288837	0.600702	0.716559	0.883068	0.255275	0.45788
Sample 180	0.565254	-0.204759	0.832008	0.416538	0.464513	0.461087	0.684595	0.702143	0.772996	0.732666	0.457447	0.379187
Sample 181	0.820262	0.395548	0.397018	0.697106	0.458603	0.440911	0.436466	0.771424	0.771317	0.779802	0.189319	0.3334
Sample 182	0.5989	0.40679	0.744359	0.11287	0.01603	-0.193279	0.854098	0.912485	0.395527	-0.459682	0.141478	-0.855132
Sample 183	0.603475	-0.439162	0.695288	0.457573	-0.095204	0.686109	0.565893	0.61297	0.662757	0.730786	0.527878	0.523421
Sample 184	0.82559	-0.012691	0.714062	0.190035	0.294182	0.534162	0.722768	0.706364	0.806329	0.853732	0.141387	0.375391
Sample 185	0.712965	0.113129	0.792702	0.405575	0.302829	0.407235	0.769164	0.857649	0.814891	0.825202	0.128432	0.359138
Sample 186	0.614668	-0.225135	0.824815	-0.354823	0.33828	0.413693	0.821388	0.701714	0.811162	0.773084	0.391376	0.367676
Sample 187	0.787513	-0.199958	0.734135	0.437575	0.383455	0.434971	0.715116	0.738817	0.773215	0.727821	0.553438	0.199625
Sample 188	0.835626	0.096914	0.652093	0.514066	0.558591	0.635756	0.517904	0.710355	0.847724	0.798359	0.496218	0.106053
Sample 189	0.849697	-0.092344	0.678288	0.197906	0.192736	0.551162	0.753056	0.664581	0.698162	0.776878	0.508002	0.470763
Sample 190	0.786755	-0.394652	0.506292	0.233131	0.10174	0.927323	0.398446	0.345606	0.593463	0.770837	0.397916	0.706834
Sample 191	0.584217	-0.187673	0.766566	0.322512	-0.053999	0.737747	0.49379	0.532221	0.514566	0.663299	0.555122	0.672226
Sample 192	0.821194	0.047815	0.17681	0.7291	0.577764	0.705119	0.090064	0.451662	0.711189	0.894927	0.504711	0.372598
Sample 193	0.669619	0.131965	0.730335	0.373838	0.419159	0.481698	0.514796	0.59112	0.818036	0.824574	-0.066735	0.566597
Sample 194	0.715373	-0.317501	0.814237	0.057888	0.31294	0.518766	0.713018	0.547428	0.686278	0.763716	0.481596	0.509773
Sample 195	0.845805	-0.135257	0.707859	0.194631	0.461357	0.52346	0.687874	0.750541	0.80893	0.766519	0.318259	0.363623
Sample 196	0.780731	0.14832	0.703022	0.207533	0.364149	0.584035	0.543133	0.584958	0.756981	0.866395	0.384257	0.364219
Sample 197	0.705236	-0.18336	0.71949	0.27549	0.424322	0.495318	0.619355	0.752502	0.827372	0.788396	0.224109	0.476619
Sample 198	0.717343	0.18971	0.673938	0.292358	0.389406	0.42624	0.723187	0.749025	0.716299	0.866011	0.155033	0.440949
Sample 199	0.798362	0.257034	0.656371	0.556905	0.686658	0.496083	0.479264	0.582752	0.833467	0.809741	0.340963	-0.015993

[Table of contents](#)

## Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ( O/STERR )
X1 <- BISNIS BUSANA MUSLIMA H	0.782272	0.758764	0.090307	0.090307	8.662391
X2 <- BISNIS BUSANA MUSLIMA H	0.002835	-0.018931	0.20721	0.20721	0.013684
X3 <- BISNIS BUSANA MUSLIMA H	0.708232	0.679819	0.151045	0.151045	4.688881

X4 <- BISNIS MUSLIMA H	0.352665	0.333861	0.204681	0.204681	1.722997
X5 <- IMAN KONSUME N	0.425117	0.401683	0.201366	0.201366	2.111165
X6 <- IMAN KONSUME N	0.467446	0.479757	0.21467	0.21467	2.177513
X7 <- IMAN KONSUME N	0.650142	0.607616	0.199424	0.199424	3.260103
X8 <- IMAN KONSUME N	0.714164	0.658841	0.157679	0.157679	4.52922
Y1 <- KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.776687	0.747793	0.104538	0.104538	7.429739
Y2 <- KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.804608	0.784654	0.115046	0.115046	6.993777
Y3 <- KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.381738	0.369549	0.172723	0.172723	2.210122
Y4 <- KESEJAHT ERAAN PENGUSA HANYA	0.319924	0.332176	0.196441	0.196441	1.628599

[Table of contents](#)

## Model

### Specification

### Measurement Model Specification

### Manifest Variable Scores (Original)

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y1	Y2	Y3	Y4
	4.8	4.2	4	5	4	4.4	3.6	4.8	4.4	4.4	4.6	4.4
	4.2	3.6	4.4	4.6	4	4.6	4.6	4.4	4.6	4.4	4.4	4.4
	4.6	4.2	4.6	4.8	4	4.8	4.6	4.6	4.4	4.8	4.2	4.8
	4.8	4.2	4.4	4.6	4	4.8	4.6	4.6	4.4	4.8	4.4	4.8
	4	4.2	3.4	4.4	3.8	5	3.6	3.8	3.6	3.6	4.4	4.4
	4.8	4.6	4.8	4.8	4.4	4.6	4.4	4.8	4.8	4.6	4.2	4.6
	5	4.2	4.2	4.4	4.4	4.8	4	4.2	4	4.6	4.6	4.2
	4.8	4.2	4.2	4	4	4.2	4.8	4.4	4	4.6	4.6	4.2
	4.4	3.8	4.6	4.2	4	4.6	4.4	4.8	3.8	3.6	4.4	4.2
	4.6	3.8	5	4	3.8	4.2	4.4	4.2	4.2	4.4	4.4	4.6
	4.6	4.2	4.6	4.2	3.8	4.4	4.6	4.4	4.6	4.4	4.4	4.6
	4.4	3.6	4.6	4.6	4	4.6	4.6	4.4	4.4	4.6	4.6	4.6
	4.8	4	4.8	4	4.2	4.6	4.8	4.6	4.8	4.8	4.4	4.2
	4.8	4	4.4	4.4	3.6	4.8	4.6	4.6	4.6	4.6	4.4	4.4
	4.8	4	4.6	4.8	4.4	4.8	4.6	4.6	4.6	4.4	4.2	4.6
	4.8	4.2	4.8	3.8	4.2	4.6	4.4	4.4	4.4	4.6	4.4	4.6
	4	4.6	4.4	4.6	4.2	3.4	4.2	4.4	4	4	4.2	4
	4.4	4.2	5	4	4.6	5	4.6	4.4	4	4.4	4.2	4.6
	4.6	4.2	5	4	4.2	4.6	4.4	4.8	4.4	4.6	4.2	4.4
	4.2	4.2	4.6	4.6	4.2	4.8	4.4	4.2	4.8	4.4	4.2	4
	4.8	4	4	5	4.4	4.8	3.6	4.4	4.4	4.4	4	4.6
	4.4	4.6	4.6	4.6	4.2	4.6	4.8	4.6	4	4	4.2	4
	4.2	4.2	3.6	4.2	4.4	4.6	3.6	4.2	4.2	4.6	4	4.2

	4	4.2	4	4.2	3.8	4.2	3.2	3.2	3.6	4.4	4.2	4.8
	4.6	4	4.6	4.2	3.8	4.8	4.4	4.6	4.4	4.2	4.4	4.6
	4	3.8	4.2	3.8	3.4	3.8	4.2	4.2	4	3.6	3.8	4.6
	4.8	4	4.6	4.2	4	4.8	4.8	4	4.8	4.6	4.4	4.4
	4.8	3.6	4.8	4.4	4.2	4.6	5	4.4	4.6	4.2	5	4.6
	4.6	4.4	4.6	4.4	4	4.6	4.2	4.6	4	4.4	4	4.4
	4.4	4.2	4.6	4.6	3.6	4.8	4.4	4.8	4.8	4.2	4	4.8
	4.4	4.2	4.4	3.8	4.2	4	4.4	4.2	4.2	4.6	4	4.4
	4.8	4.2	4.8	4.2	4.2	5	4	4	4.8	4.4	4	4
	4.6	4.4	4.6	4.2	4.4	4.2	5	4.2	4.8	4	4	4.6
	4.8	4.2	4.4	4.6	4	4.4	3.6	4.4	4.4	3.8	4.2	4.6
	4	4	4.6	4	4	4.4	4.4	4	4.6	4.2	4	4.2
	4.4	4	4.4	4.6	3.8	4.4	4.4	4.8	4.6	3.6	4	3.8
	4.4	4	4.4	4.6	3.8	4.4	4.8	4.4	4.6	4.8	4.2	4.4
	4.8	4	4.2	4.4	3.6	4.8	4.4	4.4	4.2	3.8	4.2	3.4
	4.4	4	4	4.2	3.8	3.8	4.2	4.4	4.4	3.8	4	4.2
	4.6	4	4.4	4.6	4	4.8	4	3.8	3.8	4.2	4	4.8
	4.8	4.6	4.2	3.8	3.6	4.2	4.6	4.4	4	4.6	4	4.6
	4.8	4.4	4	4.4	4	3.6	4.8	4.4	3.8	3.2	4.2	4.2
	3.8	4	4.2	3.6	3.8	4.6	3.8	3.8	3.8	4	4	4.6
	4.8	4	4.2	5	4	4.8	3.6	4.4	4.4	4.4	4.2	4.6
	4.8	4.2	4	5	4	4.8	3.8	4.4	4.4	4.4	4.2	4.6
	4.8	4.4	4	5	4.2	4.8	3.6	4.4	4.4	4.4	4.2	4.8
	4.6	4.6	4.8	4.8	3.6	4.6	4.6	4.4	4.6	4.8	4	4.2
	4.6	4.4	4.6	4.8	4.2	4.6	4.8	4.4	4.6	4.6	4	4.6
	4.8	4.2	4.8	4.6	3.8	4.6	4.6	4.6	4.6	4.6	4	4.8
	4.6	3.8	4.8	4.6	3.8	4.6	4.8	4.8	4.6	4.8	4.4	4.4
	4.4	4.2	4.8	4.2	4	4.4	4.2	4.4	4.8	4.8	4	4.4
	4.4	4.2	4.4	4.6	3.8	4.4	3.6	4.4	4.2	3.8	4	3.6
	4.2	4	4.2	4.4	4	4.4	4.6	4.4	4.6	4	3.8	4.2
	4.6	3.6	4.8	4.6	4	4	3.8	4.4	4.2	4.4	3.8	4.4
	4.6	4	4.2	4.6	3.8	4.4	3.8	4.6	4.2	3.8	4	3.8
	4.4	4.2	4.4	4.4	4	4.2	4	4.4	4.8	4.2	4	4.8
	4.6	4	4.4	4.8	4.2	4.4	4.6	4.2	4.4	4	4.2	4.4
	4.4	4.2	4.4	4.2	3.8	4.6	4.8	4.4	4.4	3.6	4	4.2
	4.4	3.8	4.4	4.6	4	5	3.4	3.6	4.6	4.8	4	4.6
	4.8	4	4.6	4.4	4	4.8	3.8	4.2	4.4	4	4.2	4.4
	4.4	4.8	4.4	4.6	4	4.8	4.8	4.4	4.2	4.4	4.2	4.4
	4.2	4.4	4.6	4.6	4.2	4.2	3.8	4.2	4.8	4.2	4	4.4
	4.2	4.4	4.4	4.4	4	4.4	3.8	4.4	4.2	4	3.8	4.8
	4.4	4.4	4.6	4.6	4.2	4.4	4.4	4.6	4.6	4.2	4	4.4
	4.4	3.4	4.6	4.6	3.6	4.4	4	4	4.4	4.2	5	4.6
	4.4	4.6	4.4	4.4	4	4.4	4.6	4.2	4.6	4.4	4.4	4

[Table of contents](#)

## Structural Model Specification

### Data Preprocessing

#### Results (chronologically)

#### Step 0 (Original Matrix)

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y1	Y2	Y3	Y4
	4.8	4.2	4	5	4	4.4	3.6	4.8	4.4	4.4	4.6	4.4
	4.2	3.6	4.4	4.6	4	4.6	4.6	4.4	4.6	4.4	4.4	4.4
	4.6	4.2	4.6	4.8	4	4.8	4.6	4.6	4.4	4.8	4.2	4.8
	4.8	4.2	4.4	4.6	4	4.8	4.6	4.6	4.4	4.8	4.4	4.8
	4	4.2	3.4	4.4	3.8	5	3.6	3.8	3.6	3.6	4.4	4.4
	4.8	4.6	4.8	4.8	4.4	4.6	4.4	4.8	4.8	4.6	4.2	4.6
	5	4.2	4.2	4.4	4.4	4.8	4	4.2	4	4.6	4.6	4.2

## RIWAYAT HIDUP



ISMAYANTI, lahir pada tanggal 28 Agustus 1994 di Gowa tepatnya Jln. Poros Malino Pakatto, anak Pertama dari 3 bersaudara dari pasangan Ardianto Dg Mile dan Jumiati Dg Sakking. Penulis menempuh Pendidikan Sekolah Dasar di SD Inpres Pakatto Caddi Kab. Gowa pada tahun 2001 dan selesai pada tahun 2006. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Bontomarannu Kab. Gowa dan selesai pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan pendidikan Tingkat Sekolah Kejuruan di SMK Negeri 2 Somba Opu Kab. Gowa dan tamat pada tahun 2012. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Program Strata satu (S1) kependidikan melalui jalur seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB).