



**PENGARUH PERILAKU WIRAUSAHA, MODAL USAHA,  
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN  
USAHA PEDAGANG BATIK  
(Studi Kasus Buaran Batik Center Kelurahan Buaran  
Kecamatan Pekalongan Selatan)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

**RISKI YULIANI**  
**NIM. 2013115047**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**



**Pengaruh Perilaku Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran  
Terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik  
(Studi Kasus Buaran Batik Center Kelurahan Buaran Kecamatan  
Pekalongan Selatan)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

**RISKI YULIANI**  
**NIM. 2013115047**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2020**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Riski Yuliani

NIM : 2013115047

Judul Skripsi : Pengaruh Perilaku Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik (Studi Kasus Buaran Batikcenter Kelurahan Buaran Kecamatan Pekalongan Selatan)

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan. Apabila hasil skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 10 Maret 2020

Yang menyatakan,



**RISKI YULIANI**

NIM 2013115047



## NOTA PEMBIMBING

**Drajat Stiawan, M.Si**  
**Pekalongan**

Lamp : 2 (dua) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Riski Yuliani

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Pekalongan  
c/q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
di  
**PEKALONGAN**

*Assalamu alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **RISKI YULIANI**  
NIM : **2013115047**  
Jurusan : **Ekonomi Syariah**  
Judul : **Pengaruh Perilaku Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik (Studi Kasus Buaran Batik Center Kelurahan Buaran Kecamatan Pekalongan Selatan).**

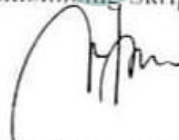
Dengan ini mohon agar Skripsi saudara tersebut segera dapat dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 10 Maret 2020

Pembimbing Skripsi



**Drajat Stiawan, M.Si**

**NIP. 19830118201503 1 001**





## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka danha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet



س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ذ	Dad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ﺀ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

## 2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة      ditulis      *mar'atun jamīlah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/



Contoh:

فاطمة                      ditulis                      *fātimah*

#### 4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا                      ditulis                      *rabbanā*

البر                      ditulis                      *al-barr*

#### 5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس                      ditulis                      *asy-syamsu*

الرجل                      ditulis                      *ar-rojulu*

السيدة                      ditulis                      *as-sayyidinah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر                      ditulis                      *al-qamar*

البيدع                      ditulis                      *al-badi'*

الجلال                      ditulis                      *al-jalāl*

#### 6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof ^/.

Contoh:

أمرت                      ditulis                      *umirtu*

شيء                      ditulis                      *syai'un*

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji bagi Allah SWT atas segala kemudahan, limpahan rahmat dan karunia yang Engkau berikan selama ini. Terimakasih ya Allah, Berkat rahmat Allah SWT, Dengan Bangga ku persembahkan karya ini sebagai tanda, cinta serta kasih sayang yang tulus, saya persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang sangat berjasa dalam hidup saya dan senantiasa mendukung setiap langkah saya serta mendoakan kesuksesan saya. Khususnya teruntuk

### **Almarhum Bapakku (UMAR BAKROH)**

Terima kasih bapak yang selalu menyayangi aku mendoakan aku semasa hidupnya dulu selalu mensupportku mendoakan aku agar bisa menjadi seorang sarjana. Sekarang anakmu sudah berada diposisi yang kamu inginkan ku hadiahkan ini semua untukmu dan ibu, terima kasih tanpamu aku mungkin tidak bisa sesampai disini maaf aku belum sempat membahagiakanmu pak semoga kita kelak dapat berkumpul bersama kembali ditempat paling indah disisi Allah SWT.

Aku sayang bapak Aku rindu sekali.

### **Ibuku ( RITA )**

Terima kasih ibu engkau telah mejadi orang yang paling hebat dan sangat berjasa dalam kehidupanku. Yang selalu membimbing, menyayangiku dengan tulus dan sabar serta tidak pernah lelah memberikan nasehat dan selalu mendoakan yang terbaik untuk aku.

### **Adik-Adikku (Umar Al-farizi, Umar Bagaskoro, Umar Bagus Sajiwo, Riski Nur Fitriyani, Naura Hasna Annida)**

Kalian yang selalu mensupport dan mendukung kegiatan perkuliahanku. Kalian penyemangatkku. Kalian telah membuatku termotivasi untuk segera menyelesaikannya.

### **HERIYANTO**

Kamu yang selalu mendukung dan menemani perjuangan saya. Sejak saya duduk dibangku SMA terima kasih selalu ada dan mensupport kegiatan perkuliahanku hingga saat ini. Terima kasih telah sabar menunggu dan menemaniku menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih untuk semuanya

### **SAHABAT-SAHABAT Almameter IAIN Pekalongan Tercinta**

Yang masih menganggap sahabat maupun tidak. Terimakasih telah mau meramaikan hari selama di kampus.







## Motto

“Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan dan saya percaya terhadap diri saya sendiri.”

( muhammad ali )

“sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri”

( Q.S. Ar-Ra`d: 11 )



## ABSTRAK

Perkembangan zaman tentu mempengaruhi konsumen akan lebih selektif memilih produk perusahaan tidak cukup hanya menciptakan nilai dalam kegiatan yang monoton namun pembaharuan mendesain, memproduksi yang berkualitas, memasarkan produk serta berani akan modal usaha dan jasa jauh akan lebih penting dalam pemenuhan kebutuhan konsumen hal ini mungkin yang menjadikan semakin ketatnya persaingan pemasaran bagi produsen di Indonesia. Perilaku wirausaha dalam kreativitas dan inovansinya pun sangat unik untuk diteliti. Oleh karena itu perlu dicermati faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan usaha. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh perilaku wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap pendapatan usaha pedagang batik dibuaran batik center dibuaran pekalongan selatan

Penelitian ini menggunakan jenis *field research* (penelitian lapangan) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang batik buaran batik center dikelurahan buaran kecamatan pekalongan selatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non probability sampling (sample jenuh)* dengan jumlah sampel 50 pedagang batik. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif dan analisis data kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Variabel Perilaku Wirausaha (X1) diperoleh nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ , dan nilai t hitung  $3,587 > t$  tabel  $1,67866$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variable (X1) berpengaruh signifikan terhadap *Pendapatan Usaha Pedagang Batik*. (2) variabel Modal Usaha (X2) diperoleh nilai signifikansi  $0,007 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,796 > t$  tabel  $1,67866$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Pendapatan Usaha Pedagang Batik*. (3) variabel Strategi pemasaran (X3) diperoleh nilai signifikansi  $0,041 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,097 > t$  tabel  $1,67866$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variable (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Pendapatan Usaha Pedagang Batik*. (4) berdasarkan uji F didapatkan hasil nilai F hitung  $8,992 >$  dari F tabel  $2,80$  nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci : Perilaku Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran, Pendapatan Usaha**

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Alhamdulillahillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, rahmat, pertolongan, dan hidayahnya sehingga skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERILAKU WIRAUSAHA, MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA PEDAGANG BATIK ( Studi Kasus Buaran Batik Center Kelurahan Buaran Kecamatan Pekalongan Selatan)”** Dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., Rektor IAIN Pekalongan, yang telah memberikan kesempatan menempuh pendidikan di IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah menyetujui penelitian ini.
3. Bapak Agus Fakhрина, M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, yang telah menyetujui penelitian ini.
4. Bapak Kwat Ismanto, M.Ag. selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah, dan Dosen Pembimbing akademik selama 4 tahun.
5. Bapak Dr.Am.Muh Khafidz Ma'shum, M.Ag selaku Dosen Wali saya yang telah menyetujui judul dan penelitian saya.





6. Bapak Drajat Stiawan M.Si. Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga selesai skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tuaku Bapak Umar Bakroh (Alm) dan Ibu Rita, yang tercinta dan tidak pernah henti dalam membantu mendoakan, memotivasi, dan selalu siap membantuku dikala peneliti kesulitan. Serta Umar Alfarizi Umar Bagaskoro, Umar Bagus Sajiwo, Riski Nur Fitriyani, Naura Hasna Annida selaku adik yang selalu memberi dukungan.
8. Heriyanto, Seseorang yang selalu memberikan dukungan, motivasi, semangat dan kebahagiaan dengan penuh kasih sayang dari segala hal yang saya butuhkan.
9. Durotul Yatimah, Seseorang yang selalu mensupport perkuliahanku hingga selesai skripsi ini. Terima kasih telah menjadi teman, sahabat serta saudaraku sampai saat ini.
10. Sahabat-sahabat terbaik saya, Zuhrotun novia arum, Muna Amalia, Devi Masitoh, Fitrotunniswati, Mirsa amrina, Zuhrotun Nikmah. Terima kasih atas do'anya, motivasi, inspirasi, dukungan, diskusi bermakna dan menjadi keluarga terbaik dari awal masuk kuliah sampai sekarang.
11. Sahabat seperjuangan skripsi saya Mega arofah maulidia dan teman baik saya Evi silvana yang telah ikhlas meluangkan waktunya Dan setia membantu saya dalam proses menyusun skripsi sampai selesai.
12. Semua teman-teman saya jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 khususnya Ekonomi Syariah kelas A.



13. Keluarga KKN 46 Desa Sawangan, Mba Nay, Indah, Icak, Defa, Ike, Naniz, silvi, Mas Ari, Wafa, Uki. Seluruh keluarga umi dan bu lurah yang telah memberikan kenangan dan kasih sayang seperti anaknya sendiri selama kita kkn di Sawangan.
14. Semua pihak yang selalu membantu, mendukung dan mendoakan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhirnya, penulis hanya dapat mendoakan semoga Allah membalas kebaikan mereka selama ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna dan dipergunakan semestinya. Terima kasih.

Pekalongan, 10 Maret 2020

Riski Yuliani  
NIM 2013115047



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANLITERASI .....	v
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO .....	ix
ABSTRAK .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>13</b>
A. Landasan Teori .....	13
1. Perilaku Wirausaha.....	13
a. Pengertian Perilaku Wirausaha.....	13
b. Integritas Wirausahawan Muslim Unggul .....	19
c. Indikator Perilaku Wirausaha.....	21
2. Modal Usaha.....	22
a. Pengertian Modal Usaha.....	22
b. Sumber – Sumber Modal .....	24



c. Jenis – Jenis Modal Usaha.....	24
d. Pengertian Dan Konsep Modal Dalam Ekonomi Islam .....	26
e. Indikator Modal Usaha .....	31
3. Strategi Pemasaran.....	32
a. Pengertian Pemasaran .....	32
b. Tujuan Dan Fungsi Pemasaran .....	37
c. Konsep Pemasaran Dalam Islam .....	38
d. Indikator Strategi Pemasaran .....	40
4. Pendapatan Usaha .....	41
a. Pengertian Pendapatan Usaha.....	41
b. Macam- Macam Pendapatan.....	43
c. Jenis – Jenis Pendapatan .....	42
d. Sumber Pendapatan .....	43
e. Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan.....	43
f. Indikator Pendapatan .....	44
B. Telaah Pustaka .....	45
C. Kerangka Berfikir .....	56
D. Hipotesis Penelitian .....	60
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian .....	56
B. Lokasi Penelitian.....	56
C. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	57
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	59
1. Populasi.....	59
2. Sampel.....	59
E. Sumber Data .....	60
F. Teknik Pengolahan .....	61
G. Metode Analisis Data.....	63
1. Uji Validitas .....	63
2. Uji Reabilitas .....	64
3. Uji Asumsi Klasik.....	64



a. Uji Normalitas.....	64
b. Uji Multikoloneritas.....	65
c. Uji Linearitas .....	66
d. Uji Heteroskedastisitas .....	66
4. Analisis Regresi Berganda.....	67
5. Uji Hipotesis .....	68
a. Uji T (Parsial) .....	68
b. Uji F (Simultan) .....	69
c. Uji Koefisien Determinasi .....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	
A. Deskripsi Data.....	71
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	71
2. Karakteristik Responden .....	72
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Promosi .....	74
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Modal Usaha .....	75
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perhari .....	76
f. Karakteristik Berdasarkan Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	76
3. Distribusi Respon Jawaban Responden Perilaku Wirausaha.....	77
4. Distribusi Respon Jawaban Responden Modal Usaha .....	78
5. Distribusi Respon Jawaban Responden Strategi Pemasaran.....	79
6. Ditribusi Repon Jawaban Rresponden Pendapatan.....	79
B. Analisis Data .....	80
1. Uji Validitas Instrumen .....	80
2. Uji Reabilitas Instrumen .....	82
3. Uji Asumsi Klasik .....	82
a. Uji Normalitas .....	82
b. Uji Multikolonearitas .....	84
c. Uji Linearitas.....	85
d. Uji Heteroskedastisitas.....	87





4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
5. Uji Hipotesis .....	90
a. Uji Parsial (Uji T).....	90
b. Uji Simultan (Uji F) .....	91
c. Keofisien Determinasi.....	92
C. PEMBAHASAN .....	92
1. Pengaruh Perilaku Wirausaha Terhadap Pendapatan.....	93
2. Pengaruh Modal Usaha Terhadap Pendapatan.....	94
3. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan .....	96
4. Pengaruh Perilaku Wirausah, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha .....	97
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	100
A. Kesimpulan .....	100
B. Saran.....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

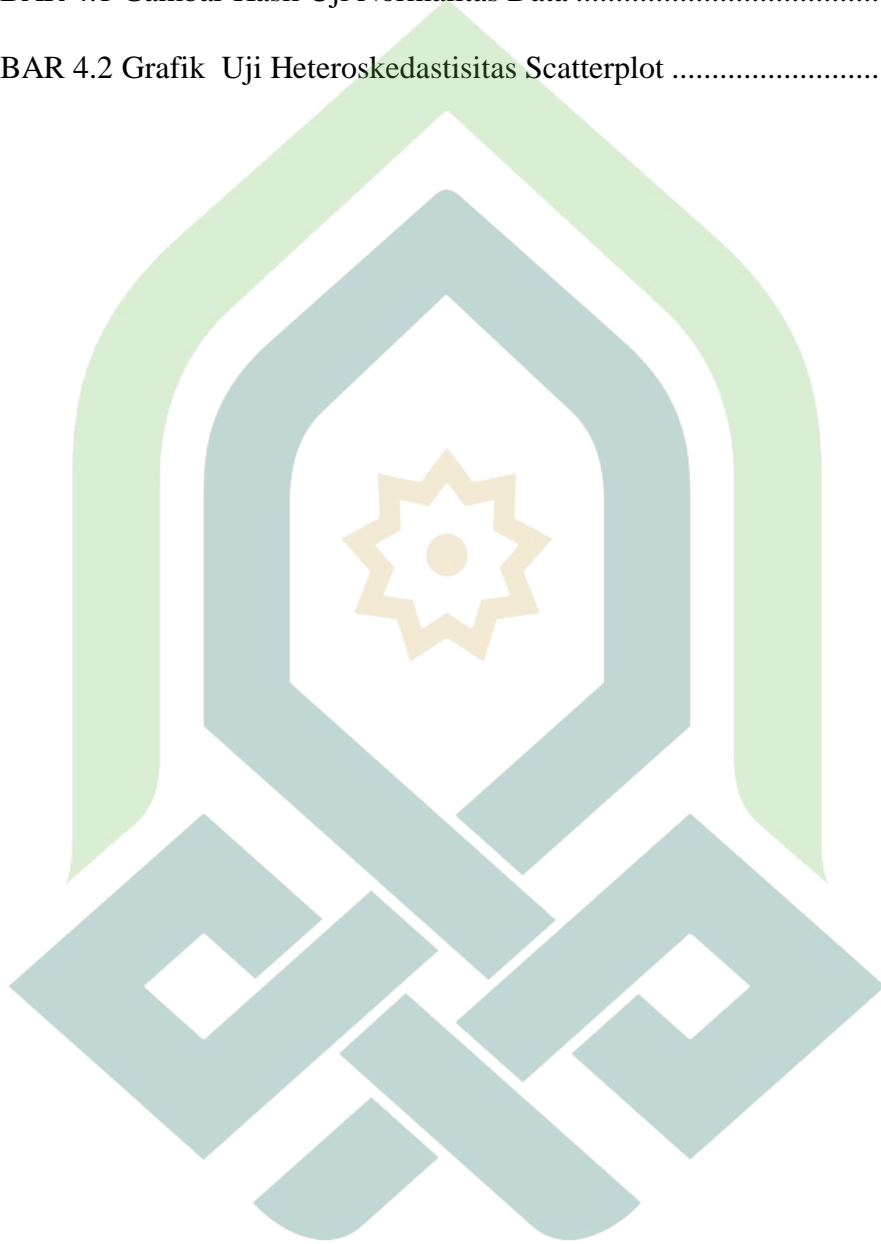
TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu .....	46
TABEL 2.2 Kerangka Berfikir.....	50
TABEL 3.1 Definisi Operational Variabel .....	57
TABEL 3.2 Penilaian Sekala .....	62
TABEL 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
TABEL 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
TABEL 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Promosi .....	74
TABEL 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Modal Usaha.....	75
TABEL 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perhari .....	76
TABEL 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	77
TABEL 4.7 Distribusi Respon Jawaban Responden Perilaku Wirausaha .....	78
TABEL 4.8 Distribusi Respon Jawaban Responden Modal Usaha .....	78
TABEL 4.9 Distribusi Respon Jawaban Responden Strategi Pemasaran.....	79
TABEL 4.10 Distribusi Respon Jawaban Responden Pendapatan Usaha .....	80
TABEL 4.11 Hasil Uji Validitas Perilaku Wirausaha .....	80
TABEL 4.12 Hasil Uji Validitas Modal Usaha .....	81
TABEL 4.13 Hasil Uji Validitas Strategi Pemasaran .....	81
TABEL 4.14 Hasil Uji Validitas Pendapatan Usaha .....	81
TABEL 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	82
TABEL 4.16 Hasil uji One- Sample Kolmogorof smirnof.....	83
TABEL 4.17 Hasil Uji Multikolonieritas.....	84
TABEL 4.18 Hasil Uji Linearitas Perilaku Wirausaha.....	85
TABEL 4.19 Hasil Uji Linearitas Modal Usaha.....	86
TABEL 4.20 Hasil Uji Linearitas Strategi Pemasaran.....	86
TABEL 4.21 Hasil Uji Glesjer.....	88
TABEL 4.22 Hasil Uji Regresi Berganda.....	88
TABEL 4.23 Hasil Uji T.....	90
TABEL 4.24 Hasil Uji F.....	91
TABEL 4.25 Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	92





## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 4.1 Gambar Hasil Uji Normalitas Data .....	83
GAMBAR 4.2 Grafik Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....	87





## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1

- A. Kuesioner

### LAMPIRAN 2

- A. Data Mentah Penelitian

### LAMPIRAN 3

- A. Karakteristik Responden
- B. Frekuensi Jawaban

### LAMPIRAN 4

- A. Uji Validitas
- B. Uji Reliabilitas
- C. Uji Asumsi Klasik
  - 1. Uji Normalitas
  - 2. Uji Linearitas
  - 3. Uji Multikoleniaritas
  - 4. Uji Heteroskedastisitas
- D. Analisis Regresi Linear Berganda
  - 1. Analisis Regrensi Linear Berganda
  - 2. Uji Hipotesis
    - a. Uji T
    - b. Uji F
  - 3. Koefisien Determinasi

### LAMPIRAN 5

- A. Tabel t
- B. Tabel f
- C. Tabel r

### LAMPIRAN 6

- A. Surat Permohonan Izin Penelitian
- B. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian

### LAMPIRAN 7

- A. Dokumentasi
- B. Daftar Riwayat Hidup



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Batik merupakan kerajinan yang mempunyai nilai seni tinggi dan menjadi warisan budaya Indonesia. Batik di Indonesia merupakan produk kebanggaan dari sisi produk tekstil di Indonesia. Saat ini telah tercatat 3000 lebih motif batik di Indonesia. Seiring perkembangan zaman, industri batik saat ini tidak hanya terbatas pada konsumen lokal saja namun konsumen mancanegara juga sudah mulai tertarik dengan kain batik khas Indonesia. Kondisi tersebut berpengaruh terhadap kenaikan jumlah produksi pada industri-industri batik di Indonesia. Beberapa daerah penghasil batik di Indonesia yang cukup terkenal yaitu pekalongan, Surabaya, Yogyakarta, dan solo.

Di era perkembangan sekarang tentunya setiap pengusaha tidak dapat menolak perkembangan zaman yang implikasinya sudah tentu akan berimbas juga pada perubahan sistem ekonomi dunia. Selain itu juga peradaban globalisasi dewasa ini memunculkan berbagai perdagangan bebas antar negara atau antar bangsa. Salah satu yang menonjol yakni pengembangan pemasaran, masyarakat tidak dapat lagi hanya mengandalkan keunggulan teknologi yang dimilikinya, sebab pesatnya perkembangan informasi berpindah tangan termasuk informasi mengenai teknologi produk

Sehubungan dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan maka masyarakat sebagai konsumen akan lebih selektif dalam memilih produk yang

menjadi kebutuhan sehingga perusahaan dan pebisnis harus dapat mengantisipasi perubahan lingkungan yang terjadi, dalam hal ini adalah permintaan akan suatu produk. Perusahaan tidak cukup hanya menciptakan nilai lebih melalui bermacam kegiatan yang penting untuk mendesain, memproduksi, memasarkan produk dan jasa tetapi yang lebih penting adalah usaha pemenuhan kebutuhan konsumen.<sup>1</sup>

Hal ini membuat para pengusaha industri batik bekerja keras agar dapat mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Bervariasinya merk atau jenis produk, serta tempat yang strategis dan promosi yang menarik menunjukkan bahwa pengusaha batik tidak hanya dapat berdiam diri dalam melakukan usahanya. Para pengusaha batik harus mulai berpikir untuk mengalahkan pesaingnya dan mengubah cara berpikir mereka, yang dahulu hanya berpikir untuk mencari keuntungan semata, saat ini harus berpikir untuk memenangkan persaingan.

Kesuksesan seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya adalah kunci utama dari pertumbuhan ekonomi mikro karena dengan kesuksesan tersebut akan terus berdampak pada aspek pertumbuhan ekonomi. Sebaliknya kegagalan wirausaha dalam menjalankan usahanya akan berdampak pada kelesuan perekonomian karena juga akan berdampak pada kelesuan pada aspek-aspek lainnya. Sebab itu perilaku kewirausahaan mutlak dikembangkan melalui pendidikan, latihan, lokakarya, dan kesempatan memperoleh wawasan yang

---

<sup>1</sup> Ronald Nangoi, *Menemukan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan*, (Jakarta: Rajawali, 1988), Cet 1, jilid 1, hlm 87



lebih luas. Jika seorang pengusaha telah memiliki perilaku wirausaha maka pengusaha telah menyakini perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan, ditunjang dengan kreativitas, keinovasian, dan berani mengambil resiko

Kewirausahaan dapat didefenisikan sebagai suatu kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko<sup>2</sup>. Wirausaha adalah seorang pembuat keputusan yang membantu terbentuknya sistem ekonomi perusahaan yang bebas. Sebagian besar pendorong perubahan, inovasi, dan kemajuan perokonomian berasal dari para wirausaha, orang-orang yang memiliki kemampuan untuk mengambil resiko dan mempercepat pertumbuhan ekonomi<sup>3</sup>.

Modal usaha dimasukkan dalam penelitian ini karena secara teoritis modal mempengaruhi peningkatan jumlah barang yang diperdagangkan sehingga akan meningkatkan pendapatan. Menurut Ibrahim Muhammad modal adalah kekayaan yang memberi penghasilan pemiliknya.<sup>4</sup> Modal untuk berdagang dapat bersumber dari internal dan sumber lain pedagang, baik itu pinjaman dari bank maupun lembaga non bank. Dengan adanya modal yang cukup maka seseorang pedagang memiliki peluang yang tinggi untuk memperoleh pendapatan yang besar.

---

<sup>2</sup>Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Revisi, ( Jakarta : Salemba Empat,2003)

<sup>3</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006)

<sup>4</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004), hlm. 226.



Persaingan yang semakin luas menyebabkan harus adanya strategi pemasaran yang dapat membuat usahanya tetap berkembang. Supaya berhasil, perusahaan harus melakukan tugasnya melebihi pesaing dalam memuaskan konsumen sasaran. Maka, strategi pemasaran harus disesuaikan menurut kebutuhan konsumen maupun kebutuhan strategi pesaing. Merancang strategi pemasaran yang kompetitif dimulai dengan melakukan analisis terhadap pesaing. Dengan cara ini perusahaan dapat menemukan bidang-bidang yang berpotensi untuk dijadikan keunggulan sekaligus mengetahui pula yang menjadi titik kelemahan kompetitifnya.<sup>5</sup>

Pemasaran merupakan salah satu fungsi yang sangat penting dalam perusahaan, dimana dengan pemasaran yang tepat dapat menentukan volume penjualan dan posisi perusahaan (produk) di pasar. Penguasaan pangsa pasar sangat tergantung kepada kemampuan untuk memanfaatkan strategi pemasaran perusahaan seperti: a). bagaimana mempromosikan suatu harga produk, b). bagaimana strategi harga dengan pesaing yang ada, c). bagaimana kebijakan promosinya, d). bagaimana proses distribusi yang tepat, dan e). bagaimana mengenal lingkungan pasar dan lain sebagainya.

Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi, dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Aktivitas bauran pemasaran memiliki peranan yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Penggunaan konsep

---

<sup>5</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005) hlm 68.





pemasaran yang baik dapat menyebabkan berhasilnya bisnis yang dilakukan perusahaan, yaitu hasil produksi dapat diterima dengan baik oleh konsumen sehingga hasil penjualan produk perusahaan dapat meningkat. Konsep pemasaran menyatakan bahwa konsumen berbeda kebutuhannya dan program pemasaran akan lebih efektif bila dirancang untuk tiap kelompok pelanggan sasaran.<sup>6</sup>

Warisan budaya yang dimiliki Indonesia salah satunya adalah batik. Namun batik Indonesia beberapa tahun terakhir menghadapi persaingan ketat dengan produksi dari sejumlah negara, seperti Malaysia, Thailand, Singapura, Afrika Selatan dan Polandia.

Batik Pekalongan merupakan salah satu batik yang dikenal hingga kancan internasional. Hal ini disebabkan karena motifnya yang khas. Oleh karena itu, batik menjadi salah satu mata pencaharian utama di Pekalongan. Baik pengusaha besar, maupun kecil tersebar hampir di seluruh kota Pekalongan, yang menjadikan batik sebagai komoditas utama bagi setiaparganya.

Melihat peluang yang besar dari sektor batik tersebut, para pengusaha besar di Pekalongan meningkatkan daya saing mereka, sehingga pengusaha-pengusaha kecil semakin tergeser keberadaannya karena pasar lebih dikuasai oleh para pengusaha besar. Demi mengatasi hal tersebut, beberapa pengusaha di kota Pekalongan berinisiatif untuk membuat sebuah wadah yang berupa grosir batik, yang bertujuan dapat menampung pengusaha batik kecil di Pekalongan

---

<sup>6</sup> Philip Kotler, A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2001) hlm. 542.



agar dapat bersatu dan bersaing secara sehat, serta dapat memajukan para pengusaha lokal. Pusat grosir tersebut adalah Buaran Batik Center Pekalongan.

Buaran Batik Center atau biasa dikenal masyarakat sekitar BBC yaitu sebuah Gedung yang dibagi menjadi kompleks-kompleks kecil didalamnya yang dirancang untuk dapat menampung kegiatan transaksi perdagangan dan pemasaran batik, baik dalam partai kecil, menengah, maupun besar, dalam skala lokal, regional, maupun internasional. bangunan ini awalnya adalah sebuah minimarket yang berada di kecamatan buaran pekalongan. Namun karena faktor keadaan yang menyebabkan minimarket ini tidak berkembang dan direspon baik oleh pasar, akhirnya minimarket ini terpaksa harus tutup. Setelah bangunan ini lama tak beroperasi, namun tempatnya yang cukup strategis dan didukung oleh lahan parkir yang memadai membuat paguyuban pengrajin dan penggiat batik dikecamatan buaran pekalongan mencoba untuk mengoptimalkan bangunan ini menjadi Sentra Perdagangan Batik.

Tidak mudah memang awalnya untuk mendorong dan mengajak beberapa pengrajin batik agar bersedia membuka outlet di sentra batik ini. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya bahwa para pengusaha batik tersebut pada dasarnya sudah mempunyai outlet sendiri-sendiri. Selain itu faktor biaya dan sewa tentunya akan menjadi pertimbangan tersendiri bagi para pengrajin batik yang harus mengeluarkan biaya investasi tambahan.

Akhirnya terkumpul sudah beberapa pengusaha batik yang mempunyai tekad yang sama untuk memajukan sentra batik Buaran Batik Center ini. Semua los di BBC ini sekarang sudah terisi penuh oleh produk-produk batik dari



pengrajin batik yang berada dikecamatan buaran dan sekitarnya. Dan kini para pengusaha batik di BBC tinggal membuat suatu event rutin yang diharapkan mampu untuk menarik pengunjung dan pembeli ke sentra batik BBC ini. Batik merupakan salah satu budaya ciri khas bangsa Indonesia yang telah mendapat pengakuan dari UNESCO serta ditetapkan sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan Non-Bendawi (*masterpieces of the oral and intangible heritage of humanity*) sejak 2 oktober 2009, serta mempunyai keunggulan komparatif dibidang ekonomi, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat

No	Nama Pengurus Buaran Batik Center	Pemilik batik
1.	Hj. Barokah	Batik Selendang
2.	H. Ali	Batik Ari Zaza
3.	H. Samhari	Batik Maha Karya

No	Kios	Jumlah Kios	Harga sewa / Tahun	Ukuran kios
1.	Lantai Atas	30	3.300.000	1,8 x 2 meter
2.	Lantai Bawah	20	5.500.000	3 x 4 meter

No	Nama Batik	No.	Nama Batik
1	Batik ulfa	26	Batik putra fajar
2	Batik fitri	27	Batik telaten
3	Batik kafa	28	Batik FJ
4	Batik zie	29	Batik BR
5	Batik riens	30	Batik Rafasya
6	Batik pamor	31	Batik wiroaji
7	Batik sovi 2	32	Omah dafa batik
8	Batik retno	33	Batik lasut
9	Batik al-fath	34	Hanania batik
10	Batik jolo arto	35	Batik AL
11	Ghifa batik	36	Batik kelambi
12	Batik an-nur	37	Batik panen/ putra kembar
13	Batik putri aini	38	Batik modern
14	Batik adyarta	39	Batik pasya
15	Batik saka	40	Batik maha karya
16	Bata cahaya	41	Batik tentrem
17	Batik dawi	42	Batik selendang



18	Batik AB	43	Batik semi
19	Batik visya	44	Batik lanang siji
20	Batik zahra	45	Vadra batik
21	Batik Abrizan	46	Batik P.S.B
22	Batik RMVI	47	Batik larisza
23	Batik I'M	48	Batik sandangan pkl
24	Batik SS (RILO)	49	Batik lia
25	Batik arjuno ireng	50	Batik muzaa

Penelitian tentang perilaku seseorang dalam berwirausaha, modal, dan strategi pemasaran merupakan faktor penting untuk mengetahui sejauh mana variable tersebut mempengaruhi pendapatan para pedagang batik dalam usahanya. Dari uraian diatas penulis ingin mengetahui apakah perilaku wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan usaha batik dituangkan dalam judul “Pengaruh perilaku Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik ( Studi Kasus Buaran Batik Center Kelurahan Buaran Kecamatan Pekalongan Selatan)”

## B. Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas, maka didapatkan rumusan masalah yaitu :

1. Apakah perilaku wirausaha berpengaruh secara positif terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik Buaran Batik Center Pekalongan Selatan ?
2. Apakah modal usaha berpengaruh secara positif terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik Buaran Batik Center Pekalongan Selatan ?
3. Apakah strategi pemasaran berpengaruh secara positif terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik Buaran Batik Center Pekalongan Selatan ?

4. Apakah perilaku wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik Buaran Batik Center Pekalongan Selatan ?

### **C. Batasan Masalah**

Dalam Penelitian ini bertempat di Buaran Batik Center terkait perilaku Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik Buaran Batik Center Pekalongan Selatan. Dalam penelitian ini peneliti membatasi hanya dalam ruang lingkup sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan dalam ruang lingkup terkait perilaku wirausaha para pedagang batik dan modal usaha dalam memenuhi kebutuhan usahanya, serta strategi pemasaran yang dijalankan oleh para pedagang batik dalam rangka meningkatkan pendapatan usahanya di Buaran Batik Center tersebut.
2. Hasil penelitian ini hanya untuk mengetahui sejauh mana tingkat pendapatan para pedagang batik di Buaran Batik Center terhadap perilaku wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran oleh para pedagang.

### **D. Tujuan dan Manfaat**

1. Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk menganalisis perilaku wirausaha berpengaruh secara positif terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik Buaran Batik Center Pekalongan Selatan.



- b. Untuk menganalisis modal usaha berpengaruh secara positif terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik Buaran Batik Center Pekalongan Selatan.
  - c. Untuk menganalisis strategi pemasaran berpengaruh secara positif terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik Buaran Batik Center Pekalongan Selatan.
  - d. Untuk menganalisis apakah perilaku wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik Buaran Batik Center Pekalongan Selatan
2. Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain:

a. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkaya wawasan dan mengembangkan ilmu ekonomi pada umumnya, serta dalam bidang pengembangan suatu usaha.

b. Manfaat praktis

1) Bagi Institusi

Diharapkan dapat menjadi masukan dan menciptakan produktivitas kerja Pendapatan Usaha Pedagang Batik Buaran Batik Center Pekalongan Selatan.

### 2) Bagi Penulis

Diharapkan agar hasil penelitian ini dapat semakin menambah wawasan dan referensi yang berhubungan dengan pendapatan usaha.

### 3) Bagi Pembaca

Sebagai sarana untuk memperluas wawasan dan menganalisis masalah-masalah aktual yang terjadi khususnya yang berhubungan dengan pendapatan usaha.

## **E. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penyusunan penelitian ini adalah :

### **BAB I Pendahuluan**

Berisi tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II Kerangka Teori**

Berisi tentang Landasan Teori, Tinjauan Pustaka, Kerangka Berpikir dan Hipotesis.

### **BAB III Metode Penelitian**

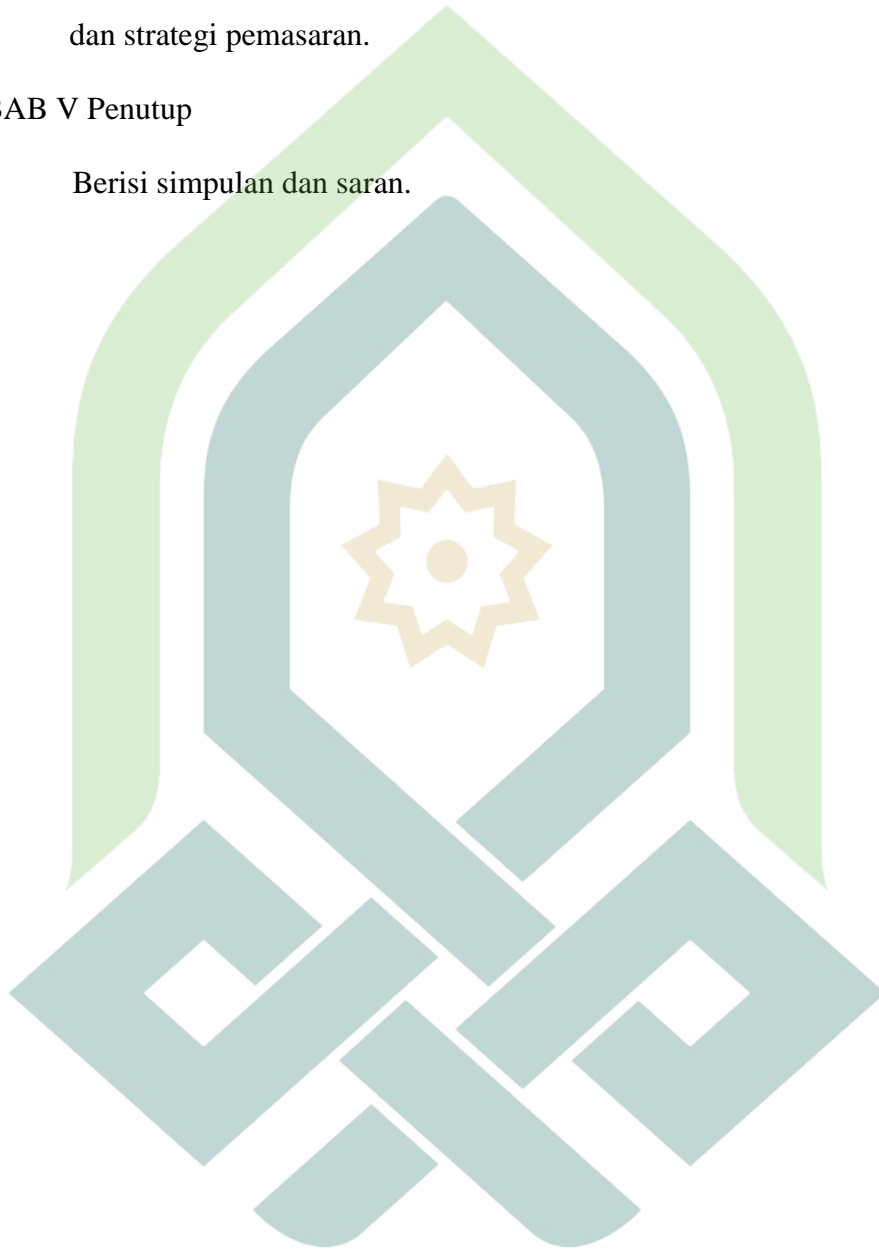
Berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

#### BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Berisi tentang deskripsi data penelitian, analisis data, uji asumsi klasik, uji signifikansi, dan regresi berganda, perilaku wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran.

#### BAB V Penutup

Berisi simpulan dan saran.







## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai pengaruh perilaku wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap pendapatan usaha pedagang batik di Buaran batik center, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Perilaku wirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usaha pedagang batik di Buaran Batik Center Kelurahan Buaran Pekalongan. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji t yang menunjukkan t hitung  $>$  t tabel yakni  $3,587 > 1,67866$  dan nilai signifikansi diperoleh 0,001 lebih kecil dari 0,05.
2. Modal usaha berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usaha pedagang batik di Buaran Batik Center Kelurahan Buaran Pekalongan. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji t yang menunjukkan t hitung  $>$  t tabel yakni  $2,796 > 1,6786$  dan nilai signifikansi diperoleh 0,007 lebih kecil dari 0,05
3. Strategi pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usaha pedagang batik di Buaran Batik Center Kelurahan Buaran Pekalongan. Hal ini dibuktikan berdasarkan uji t yang menunjukkan t hitung  $>$  t tabel yakni  $2,097 > 1,6786$  dan nilai signifikansi diperoleh 0,041 lebih kecil dari 0,05
4. Perilaku wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran secara Simultan Berpengaruh terhadap pendapatan usaha pedagang batik di Buaran Batik

Center Kelurahan Buaran Pekalongan. Hal ini dibuktikan nilai F hitung  $8,992 >$  dari F tabel 2,80 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

Berdasarkan uji koefisien determinasi atau angka adjusted R square adalah sebesar 32,4%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel perilaku wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap pendapatan usaha (Y) sebesar 32,4% dan sisanya sebesar 67,6 dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

## B. Saran

Dari kesimpulan dalam penelitian ini maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

### 1. Bagi Pedagang Batik

Untuk meningkatkan penjualan melalui strategi-strategi pemasaran yang lebih baik dan sebaiknya pihak penjual *batik* lebih memperhatikan kualitas produk dan memprioritaskan kepuasan konsumen.

### 2. Bagi Akademik

Semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dokumentasi sebagai bahan acuan dalam penelitian yang akan datang selain jurnal dan buku-buku yang sudah ada.

### 3. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Dalam penelitian ini tentu saja masih banyak mengalami kekurangan, karena adanya keterbatasan peneliti, sehingga peneliti berikutnya diharapkan perlu menjelaskan secara lebih lengkap dengan menambah teori yang mendukung.



## REFERENSI

### BUKU

- Ali, Hasan. 2010. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- An-Nabhani, Taquuddin. 1996. *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, Surabaya: Risalah Gusti.
- Anwar, Sanusi. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Basu Swastha dan Irawan, 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.
- Basu Swastha, 2000, *Azas-azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty
- Dapartemen Agama, 2004. *Al-Quran dan Terjemah*, Surabaya: Tri Karya.
- Firdaus, Muhammad. 2008. *Manajemen Agribisnis*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Firdausa, 2013. *Pengantar Akutansi Edisi 4*, Jakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, Ed.8*, Semarang: badan penerbit universitas diponegoro.
- Gozhali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS19, Cet. Ke-5*, Semarang: BP Undip.
- Kasmir, 2006. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT.Grafindo Persada
- Kasmir. 2013. *Kewirausahaan Edisi revisi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Kotler, Philip. 1989. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip-prinsip pemasaran manajemen*, Jakarta: Prehalindo.



- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Jakarta: Prehanlido.
- Latan Hengky dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa edisi XI*, Jakarta: Salemba Empat.
- Marius, P Angipora. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Masyhuri dan Zaenudin, 2011. *Metodologi Pebelitian*, Bandung: PT. Rafika Aditama.
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Edisi 2, Jakarta : Bumi Aksara
- Muhammad. 2008. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada,
- Muhammad, Djakfar. 2007. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN- Malang Press.
- Muhson, Ali. 2005. *aplikasi computer*, Yogyakarta: Diklat. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mujahidin, Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mursid,Mansur Chadi. 2017.*Praktikum Komputer Keuangan (Model Persamaan Regresi dengan SPSS, Model Persamaan Struktural dengan Lisrel, dan Pengantar Aplikasi Akuntansi Keuangan*, Tegal: Khoirunnisa.
- Natadiwirya, Muhandis., 2007. *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Granada Press.
- Nawawi Ismail. 2009. *Perilaku Administrai: Kajian Paradigma, Konsep, Teori dan Pengantar Praktik*, Surabaya: ITS Press.



- Qhardawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: GemaInsani Press.
- Radiosunu. 2001. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*, Yogyakarta: BPFEE.
- Renald, Kasali. 2010. *Dkk, Modul Kewirausahaan*, Jakarta: PT Mizan Publika.
- Riyanto, Bambang. 1996, *Pembelajaan Perusahaan*, Yogyakarta : BPFEE.
- Ronald Nangoi, 1988. *Menemukan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan*, Cet 1, jilid 1, Jakarta: Rajawali
- Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik* .
- Saiman, Loenardus. 2009. *Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*, Jakarta: Salemba empat.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Manual & SPSS, Ed. Pertama*, Jakarta : Kencana.
- Sudjana, 2005. *metode statistika* Bandung: PT Tarsito.
- Sugiyono, 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung : alfabeta.
- Sugiyono, 2014. *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta.
- Suharsimi, Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16*”, Jakarta : Pt. Prestasi Pustakaraya.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Jakarta: Rajagrafindo Persada.



- Sula, M Syakir. Hermawan Kertajaya, 2006. *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka.
- Supriyanto Achmad Sani dan Vivin Maharani, 2012. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumberdaya Manusia* Teori, Kuesioner, dan Analisis Data, UIN-MALIKI PRESS: Malang.
- Suryana Yuyus dan Karbit Bayu. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*, Ed 1 Cet.1, Jakarta: Prenadamedia Group, 2010.
- Suryani dan Hendryadi, 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomin Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Swasta, Basu .2000. *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty.
- Swastha Basu dan irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono Fandy, 2001. *Manajemen Pemasaran Dan Analisa Perilaku Konsumen* Yogyakarta: BPFE
- Tasmoro Toto. 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islam*, Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandi. 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Toha, Miftah. 2012. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya* Jakarta: Rajawali Pres.
- Umar, Husein, 2005. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Winardi. 2003. *Entrepreneur dan Entreprenership*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.



Wiratmo, Masykur.2001.*Pengantar Kewiraswataan*, Yogyakarta: BPFE.

Yunus, Muh, 2008. *Islam dan Kewirausahaan Inovatif*, Yogyakarta: Sukses Offset.

## JURNAL

Ayu PS, Sri Kantun dan Retna NS.(2017). “Perilaku kewirausahaan Pengusaha Mebel di desa Suco Kecamatan Mumbulsari Kabupaten Jember”*Jurnal Pendidikan Ekonomi* : E-ISSN 2548-7175 ,Volume11 Nomor1.

Endang, Purwant. “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga”. Dalam *Jurnal Ilmiah Among Makartii*, Vol.5 No.9 STIE AMA Salatiga.

Furqon, Faizal Danang. 2018. “Pengaruh modal usaha, lama usaha, dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan pengusaha lanting dilemah duwur kebumen,” *jurnal ilmiah*, Universitas Negeri Yogyakarta.

Setyaningsih SU dan Edi wibowo. “Pengaruh Modal kerja terhadap Pendapatan dengan Lama usaha sebagai variabel moderasi (studi pada pedagang pasar klithikan notoharjo Surakarta). Dalam *jurnal fakultas Universitas Slamet Riyadi Surakarta*.

Toti Indrawati dan Indri Yovita. 2014 “ Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional dikota Pekanbaru”. Dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol.22, No.1.

## SKRIPSI

Arifin, Muhammad. “*Pengaruh Penggunaan Modal Kerja dan Biaya Overhead Pabrik Terhadap Pendapatan Industri Tahun pada Anggota KOPTI Semarang*”, Skripsi Sarjana Ekonomi, hlm.19.



isni, Atum Nur. “*pengaruh modal, lokasi dan jenis dagangan terhadap pendapatan pedagang pasar prambanan kabupaten sleman*”, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), hlm.19.

Khoiria, Rizky Tanjung. 2018, *Pengaruh Perilaku Kewirausahaan dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Fotocopy Palano Jaya Medan Helvetia*, Skripsi, Sumatra Utara: Universitas Islam Negeri Sumatra Utara

Mukhamad, Mukhlis. 2018. “*Pengaruh modal awal, tenaga kerja, dan etika bisnis islam terhadap pendapatan pedagang muslim (studi kasus pedagang batik grosir setono kota pekalongan) Pengaruh modal usaha, lokasi usaha, tenaga kerja, lama usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang sembako yang beragama islam ( Studi kasus dipasar induk kajen kabupaten pekalongan)*”. Pekalongan: IAIN Pekalongan

Muslihul, Lubab. 2018. “*Pengaruh modal usaha, lokasi usaha, tenaga kerja, lama usaha dan jam kerja terhadap pendapatan pedagang sembako yang beragama islam ( Studi kasus dipasar induk kajen kabupaten pekalongan)*”. Pekalongan: IAIN Pekalongan.

Sabana, Karima. 2018. “*Analisis Pengaruh Modal Halal, Tenaga Kerja, dan Bahan Baku terhadap Pendapatan Halal pada Pengusaha Batik Muslim di Desa Yosorejo Pekalongan*”. Pekalongan: IAIN Pekalongan

Sofyan. 2017. “*Analisis pengaruh Modal, Jam Kerja, Dan Pengalaman Kerja terhadap Pendapatan Pengrajin Batu Bata Di Desa Bontobiraeng Selatan Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa*” Skripsi: UIN Alauddin Makassar.

Urma Fifiani. 2015. “*Pengaruh Modal Awal, Jam Kerja, tenaga kerja dan perilaku kewirausahaan terhadap pendapatan pedagang ikan dikeurahan pyonanggan utara*” IAIN Pekalongan.

#### **INTERNET**

<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/strategi-promosi-penjualan-devinisi.html> diakses pada 10/23/2019 pukul 09:00





# LAMPIRAN-LAMPIRAN



## KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Riski Yuliani

Nim : 2013115047

Saat ini sedang menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) Jurusan Ekonomi Syariah S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) dengan judul “Pengaruh Perilaku Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik ( Studi Kasus Buaran Batik Center Pekalongan Selatan)

Untuk membantu kelancaran tersebut, saya mohon kesediaan saudara / saudari untuk mengisi daftar pernyataan yang ada pada kuesioner ini. Peran saudara / saudari akan sangat membantu keberhasilan penelitian ini.

Berdasarkan kode etik penelitian ilmiah, saya akan menjamin kerahasiaan informasi yang saudara / saudari berikan, atas kerjasama dan kesediaan saudara / saudari mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan,10 Maret 2020

Hormat Saya,

Riski Yuliani

2013115424





## A. Identitas Responden

1. Nama :

2. Usia :

 < 20 tahun 36 – 50 tahun 20 – 35 tahun > 50 tahun3. Jenis Kelamin :  Laki-laki Perempuan

4. Seberapa sering anda melakukan promosi produk anda :

 setiap hari Kadang-kadang Cukup sering Jarang sekali

5. Besarnya modal usaha :

 < 5.000.000 Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000 ➤ Rp. 10.000.000

6. Penghasilan rata-rata perhari :

 < 500.000 Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000 ➤ Rp. 5.000.000

7. Penghasilan/pedapatan bersih perbulan :

 < Rp. 10.000.000,00 Rp. 10.000.000 – Rp. 30.000.000 ➤ Rp. 30.000.000



## B. Daftar Pernyataan

Petunjuk Pengisian :

Isilah pernyataan kuesioner berikut ini sesuai jawaban yang tersedia dan beri tanda (✓) pada kolom yang tersedia. Maka, seluruh pernyataan atau pernyataan berikut ini di jawab sesuai dengan pilihan yang ada, dengan keterangan sebagai berikut :

- SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 N : Netral  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

NO	PERILAKU WIRAUSAHA (X1)	ALTERNATIF JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Apakah anda seorang yang berani menghadapi resiko dalam berwirausaha.					
2.	Apakah anda orang yang mengevaluasi resiko dampak terlebih dahulu dalam berwirausaha.					
3.	Apakah anda termasuk seorang yang memiliki perencanaan target dan tujuan dalam berwirausaha					
4.	Apakah anda termasuk orang yang tidak suka menunda pekerjaan dalam berwirausaha.					
5.	Apakah anda termasuk seorang yang kreatif dan inovatif dalam berwirausaha.					
6.	Apakah anda seorang yang mempunyai antisipasi terhadap kemungkinan buruk dalam berwirausaha					



7.	Apakah anda orang yang bersifat waspada dalam menjalankan wirausaha					
8.	Apakah anda orang yang bersifat ambisius terhadap peluang baru dalam berwirausaha					
<b>NO</b>	<b>MODAL (X2)</b>	<b>ALTERNATIF JAWABAN</b>				
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
9.	Modal usaha berasal dari modal sendiri					
10.	Modal usaha berasal dari modal pinjaman perbankan/koperasi					
11.	Semakin besar modal, semakin banyak barang dagangan saya					
12.	Semakin besar modal, maka pendapatan saya semakin meningkat					
13.	Modal usaha menjadi faktor utama dalam kemajuan usaha batik saya					
<b>NO</b>	<b>STRATEGI PEMASARAN (X3)</b>	<b>ALTERNATIF JAWABAN</b>				
		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
14.	Lokasi usaha kami strategis					
15.	Jangkauan pemasaran produk kami luas					
16.	Saya memberikan informasi tentang produk cukup lengkap					
17.	Saya menggunakan bahan baku kain yang berkualitas dalam proses produksi					
18.	Harga batik yang saya jual terjangkau dengan harga batik dipasaran sehingga mudah diterima oleh konsumen					
19.	Pendistribusian produk dilakukan dengan cepat dan tepat sesuai dengan pesanan konsumen					



20.	Media promosi yang kami gunakan bervariasi					
21.	Saya sering melakukan promosi produk batik yang saya jual					
NO	PENDAPATAN (Y)	ALTERNATIF JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
22.	Usaha berdagang batik mampu menjadi sumber pendapatan utama					
23.	Pendapatan usaha batik untuk menghidupi keluarga					
24.	Sejauh ini pendapatan yang saya peroleh dapat meningkatkan taraf hidup yang lebih baik					
25.	Pendapatan yang saya peroleh mengalami peningkatan setiap bulanya					

## LAMPIRAN 2

## DATA MENTAH XI DAN X2

NO	PERILAKU WIRAUSAHA (X1)								MODAL USAHA (X2)						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
1	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	3	3	4	17
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	3	3	3	3	17
5	5	5	5	5	4	3	3	4	34	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	3	4	4	18
7	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	4	2	4	4	18
8	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	4	2	4	4	18
9	4	5	4	5	5	4	4	5	36	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	25
12	3	4	3	3	4	3	3	3	26	4	5	4	4	3	20
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	4	4	22
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
15	5	4	4	4	3	3	4	3	30	5	5	3	3	5	21
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	2	4	4	18
17	5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	3	3	3	3	17
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	15
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	4	4	4	18
20	5	4	4	4	4	4	4	5	34	4	3	3	3	4	17
21	5	4	4	4	4	4	4	5	34	4	3	3	3	3	16
22	3	4	5	4	5	5	4	4	34	5	5	5	5	5	25
23	5	4	5	4	5	5	4	4	36	4	5	5	4	4	22





24	5	4	5	4	5	5	4	5	37	3	4	3	4	4	18
25	5	4	5	5	5	4	5	5	38	5	5	2	5	5	22
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	2	4	4	18
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	2	5	2	16
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	4	4	3	17
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	3	5	4	22
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20
31	3	4	4	4	4	4	4	4	31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	4	4	4	4	5	4	35	5	5	5	5	5	25
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	25
34	4	3	4	4	4	4	3	4	30	5	4	4	5	5	23
35	4	5	4	5	4	5	4	4	35	3	4	5	5	5	22
36	5	4	4	5	4	4	4	4	34	5	4	4	4	5	22
37	5	5	4	4	5	5	5	4	37	5	4	4	4	4	21
38	5	5	5	5	4	4	4	4	36	4	4	3	4	4	19
39	4	5	5	4	4	4	3	3	32	4	4	3	4	4	19
40	4	5	4	4	4	4	3	3	31	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	1	4	2	15
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	3	20
46	3	4	3	3	4	3	3	3	26	4	4	4	4	4	20
47	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	3	14
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	5	22
49	5	4	4	4	5	5	5	5	37	4	5	3	4	3	19
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	21



## DATA MENTAH X3 DAN Y

NO	STRATEGI PEMASARAN (X3)									PENDAPATAN USAHA (Y)				
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TOTAL	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4	5	5	4	18
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	4	18
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	20
4	4	4	3	3	3	3	4	4	28	4	4	4	3	15
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	17
7	5	5	5	5	5	5	5	4	39	3	4	4	4	15
8	5	4	4	4	4	4	4	5	34	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	4	4	4	3	31	5	4	4	5	18
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	15
11	4	5	4	3	4	4	4	5	33	5	4	4	4	17
12	5	4	4	4	5	5	4	4	35	5	4	5	5	19
13	4	4	4	4	4	4	4	3	31	5	4	4	5	18
14	3	4	3	3	4	3	3	3	26	4	4	3	4	15
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	3	16
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
17	5	4	4	4	4	3	4	3	31	5	5	3	3	16
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	15
19	5	5	5	5	4	4	5	4	37	4	4	4	4	16
20	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	4	4	3	14
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	4	18
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	4	19





24	3	4	5	4	5	5	4	4	34	5	4	5	4	18
25	5	4	3	4	3	3	4	5	31	5	4	5	5	19
26	5	4	5	4	5	5	4	5	37	4	4	4	4	16
27	5	4	5	5	5	4	5	5	38	4	4	5	4	17
28	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	5	4	17
30	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	4	5	4	18
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	17
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	17
33	3	4	4	4	4	4	4	4	31	5	5	5	4	19
34	5	5	4	4	4	4	5	4	35	4	3	4	4	15
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	5	18
36	4	3	4	4	4	4	3	4	30	5	4	4	4	17
37	4	5	4	5	4	5	4	4	35	5	5	4	4	18
38	5	4	4	5	4	4	4	4	34	5	4	4	5	18
39	5	4	4	4	5	5	5	4	36	4	5	5	4	18
40	5	5	5	5	4	4	4	4	36	4	4	4	4	16
41	4	5	5	4	4	4	3	3	32	4	4	4	4	16
42	4	5	5	4	4	4	3	3	32	5	5	5	4	19
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	16
47	5	3	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	16
48	5	4	3	3	4	3	5	5	32	5	4	4	4	17
49	4	5	4	4	4	4	4	4	33	5	5	5	4	19
50	5	4	4	5	4	4	3	5	34	4	4	4	5	17

### LAMPIRAN 3

#### A. Karakteristik Responden

##### 1. Karakteristik responden berdasarkan usia

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-35	27	54.0	54.0	54.0
	36-50	23	46.0	46.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

##### 2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

		JENIS KELAMIN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	32	64.0	64.0	64.0
	PEREMPUAN	18	36.0	36.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

##### 3. Karakteristik responden berdasarkan promosi

		PROMOSI			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SETIAP HARI	21	42.0	42.0	42.0
	CUKUP SERING	17	34.0	34.0	76.0
	KADANG-KADANG	12	24.0	24.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

##### 4. Karakteristik responden berdasarkan modal usaha

		MODAL_USAHA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 5.000.000	18	36.0	36.0	36.0
	5.000.000-10.000.000	27	54.0	54.0	90.0
	> 10.000.000	5	10.0	10.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	





## 5. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perhari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 500.000	13	26.0	26.0	26.0
1.000.000-5.000.000	29	58.0	58.0	84.0
> 5.000.000	8	16.0	16.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

## 6. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 10.000.000	18	36.0	36.0	36.0
10.000.000 - 30.000.000	27	54.0	54.0	90.0
> 30.000.000	5	10.0	10.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

## B. Frekuensi Jawaban

## 7. Distribusi respon jawaban responden perilaku wirausaha

No	Pernyataan	Distribusi persentase respon jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		%	%	%	%	%
1.	X1.1	0%	0%	9,8%	56,9%	33,3%
2.	X1.2	0%	0%	3,9%	74,5%	21,6%
3.	X1.3	0%	0%	5,9%	72,5%	21,6%
4.	X1.4	0%	0%	5,9%	74,5%	19,6%
5.	X1.5	0%	0%	3,9%	72,5%	23,5%
6.	X1.6	0%	0%	9,8%	70,6%	19,6%
7.	X1.7	0%	0%	13,7%	70,6%	15,7%
8.	X1.8	0%	0%	11,8%	64,7%	23,5%



## 8. Distribusi respon jawaban responden modal usaha

No	pernyataan	Distribusi persentase respon jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		%	%	%	%	%
1.	X2.1	0%	0%	15,7%	43,1%	41,2%
2.	X2.2	0%	0%	17,6%	47,1%	35,3%
3.	X2.3	2,0%	11,8%	27,5%	37,3%	21,6%
4.	X2.4	0%	2,0%	13,7%	56,9%	27,5%
5.	X2.5	0%	3,9%	17,6%	49,0%	29,4%

## 9. Distribusi respon jawaban responden strategi pemasaran

No	Pernyataan	Distribusi persentase respon jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		%	%	%	%	%
1.	X3.1	0%	0%	5,9%	52,9%	41,2%
2.	X3.2	0%	0%	3,9%	70,6%	25,5%
3.	X3.3	0%	0%	9,8%	64,7%	25,5%
4.	X3.4	0%	0%	7,8%	70,6%	21,6%
5.	X3.5	0%	0%	3,9%	76,5%	19,6%
6.	X3.6	0%	0%	9,8%	70,6%	19,6%
7.	X3.7	0%	0%	11,8%	68,6%	19,6%
8.	X3.8	0%	0%	13,7%	62,7%	23,5%

## 10. Distribusi respon jawaban responden tingkat pendapatan usaha

No	pernyataan	Distribusi persentase respon jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		%	%	%	%	%
1.	X4.1	0%	0%	3,9%	47,1%	49,0%
2.	X4.2	0%	0%	3,9%	72,5%	23,5%
3.	X4.3	0%	0%	3,9%	60,8%	35,3%
4.	X4.4	0%	0%	9,8%	68,6%	21,6%

## Lampiran 4

### A. Uji Validitas

#### Hasil uji validitas Perilaku Wirausaha

Instrumen	r hitung	r table	Ket
X1.1	0,753	0,2353	Valid
X1.2	0,567	0,2353	Valid
X1.3	0,796	0,2353	Valid
X1.4	0,808	0,2353	Valid
X1.5	0,777	0,2353	Valid
X1.6	0,796	0,2353	Valid
X1.7	0,790	0,2353	Valid
X1.8	0,770	0,2353	Valid

#### Hasil Uji Validitas Modal Usaha

Instrumen	r hitung	r table	Ket
X2.1	0,684	0,2353	Valid
X2.2	0,788	0,2353	Valid
X2.3	0,772	0,2353	Valid
X2.4	0,763	0,2353	Valid
X2.5	0,823	0,2353	Valid

#### Hasil Uji Validitas Strategi Pemasaran

Instrumen	r hitung	r table	Ket
X3.1	0,625	0,2353	Valid
X3.2	0,593	0,2353	Valid
X3.3	0,733	0,2353	Valid
X3.4	0,766	0,2353	Valid
X3.5	0,771	0,2353	Valid
X3.6	0,761	0,2353	Valid
X3.7	0,700	0,2353	Valid
X3.8	0,564	0,2353	Valid

#### Hasil Uji Validitas Pendapatan Usaha

Instrumen	r hitung	r table	Ket
Y	0,707	0,2353	Valid
Y	0,639	0,2353	Valid
Y	0,734	0,2353	Valid
Y	0,648	0,2353	Valid



## B. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Perilaku Wirausaha (X1)	0,893	Reliabel
Modal Usaha (X2)	0,816	Reliabel
Strategi Pemasaran (X3)	0,837	Reliabel
Pendapatan Usaha (Y)	0,617	Reliabel

## C. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.18058826
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.045
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### 2. Uji Linearitas

#### Hasil Uji Linearitas Perilaku Wirausaha

#### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PENDAPATAN_ Y *	Between Groups	(Combined)	49.323	12	4.110	2.587	.013
		Linearity	22.530	1	22.530	14.183	.001
PERILAKU_WI RAUSAHA_X1		Deviation from Linearity	26.793	11	2.436	1.533	.160
		Within Groups	60.364	38	1.589		
		Total	109.686	50			

## Hasil Uji Linearitas Modal Usaha

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PENDAPATAN_Y *	Between Groups	(Combined)	37.912	10	3.791	2.113	.046
		Linearity	15.804	1	15.804	8.808	.005
		Deviation from Linearity	22.107	9	2.456	1.369	.234
Within Groups			71.775	40	1.794		
Total			109.686	50			

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PENDAPATAN_Y *	Between Groups	(Combined)	24.436	12	2.036	.908	.548
		Linearity	4.262	1	4.262	1.900	.176
		Deviation from Linearity	20.174	11	1.834	.818	.623
Within Groups			85.250	38	2.243		
Total			109.686	50			

## Hasil Uji Linearitas Strategi Pemasaran

### 3. Uji Multikolenaritas

Hasil uji multikolonieritas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.388	2.880		1.176	.245		
	PERILAKU_WIRUSAHA_X1	.194	.054	.423	3.587	.001	.974	1.027
	MODAL_USAHA_X2	.161	.058	.329	2.796	.007	.977	1.024
	STRATEGI_PEMASARAN_X3	.121	.058	.245	2.097	.041	.993	1.007

a. Dependent Variable: PENDAPATAN\_Y





## 4. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.218	1.701		1.304	.199
	PERILAKU_WIRAUUSAHA_X1	-.042	.032	-.189	-1.311	.196
	MODAL_USAHA_X2	-.018	.034	-.074	-.515	.609
	STRATEGI_PEMASARAN_X3	.014	.034	.057	.398	.692

a. Dependent Variable: RES2

## D. Analisis Regresi Linier Berganda

## 1. Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	3.388	2.880		1.176	.245
	PERILAKU_WIRAUUSAHA_X1	.194	.054	.423	3.587	.001
	MODAL_USAHA_X2	.161	.058	.329	2.796	.007
	STRATEGI_PEMASARAN_X3	.121	.058	.245	2.097	.041

a. Dependent Variable: PENDAPATAN\_Y

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = impulse buying

a = konstanta

b1 = koefisien regresi variabel perilaku wirausaha (X1)

b2 = koefisien regresi variabel modal usaha (X2)





- b3 = koefisien regresi variabel strategi pemasaran (X3)  
 X1 = perilaku wirausaha  
 X2 = modal usaha  
 X3 = strategi pemasaran  
 e = eror

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.388	2.880		1.176	.245
	PERILAKU_WIRUSAHA_X1	.194	.054	.423	3.587	.001
	MODAL_USAHA_X2	.161	.058	.329	2.796	.007
	STRATEGI_PEMASARAN_X3	.121	.058	.245	2.097	.041

a. Dependent Variable: PENDAPATAN\_Y

### b. Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.997	3	13.332	8.992	.000 <sup>b</sup>
	Residual	69.689	47	1.483		
	Total	109.686	50			

a. Dependent Variable: PENDAPATAN\_Y

b. Predictors: (Constant), STRATEGI\_PEMASARAN\_X3, MODAL\_USAHA\_X2, PERILAKU\_WIRUSAHA\_X1

## 3. Koefisien Determinasi

### Hasil Uji R<sup>2</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.604 <sup>a</sup>	.365	.324	1.218

a. Predictors: (Constant), STRATEGI\_PEMASARAN\_X3, MODAL\_USAHA\_X2, PERILAKU\_WIRUSAHA\_X1

b. Dependent Variable: PENDAPATAN\_Y



df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78

**Distribusi Nilai  $t_{\text{tabel}}$  Signifikansi 0,05**

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279





Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804

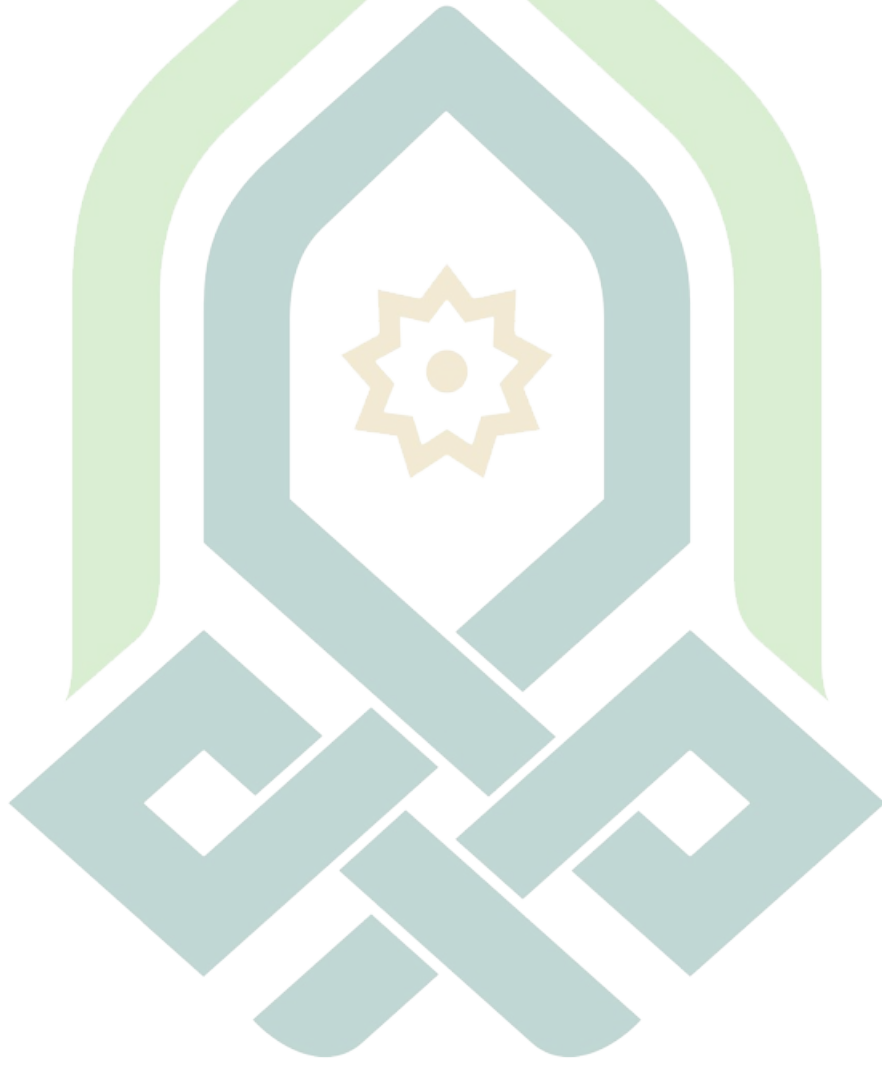
Distribusi  $r_{\text{tabel}}$   $df = 1-50$

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950





40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	<b>0.2353</b>	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432





## LAMPIRAN







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan  
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : B.0197/In.30/F.IV/TT.00/02/2020  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

27 Februari 2020

Kepada Yth,  
Pengelola Buaran Batik Center Kota Pekalongan

di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Riski Yuliani  
NIM : 2013115047

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: "Pengaruh Perilaku Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik (Studi Kasus Buaran Batik Center Kelurahan Buaran Kecamatan Pekalongan Selatan)".

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut. Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dekan  
  
Shinta Dewi Rismawati





**BUARAN BATIK CENTER (BBC)**  
Alamat : Jl. Gatot Subroto No. 21 A, Kradenan  
Kecamatan Pekalongan selatan Kota Pekalongan,  
Jawa Tengah 51117

### SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama : H.Samhari
2. Jabatan : Pengelola Buaran Batik Center
3. Alamat : Jenggot Pekalongan selatan

Dengan ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Nama : Riski Yuliani
2. Nim : 2013115047
3. Jurusan : Ekonomi Syariah
4. Fakultas : Fakultas ekonomi dan Bisnis islam IAIN pekalongan

Adalah benar bahwa mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian "**Pengaruh Perilaku Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Pedagang Batik ( Studi Kasus Buaran Batik Center Kelurahan Buaran Kecamatan Pekalongan Selatan)**", pada bulan Januari 2020 – Februari 2020

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 1 Maret 2020

  
**H. SAMHARI**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### IDENTITAS DIRI

Nama : Riski Yuliani  
NIM : 2013115047  
Tempat / Tanggal Lahir : Pekalongan, 23 Juli 1997  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl Progo Dukuh Gudang No.22 RT 01 RW 03  
Kelurahan Padukuhan Kraton Kota pekalongan

### IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Umar Bakroh (Alm)  
Pekerjaan : -  
Nama Ibu : Rita  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
Alamat : Jl Progo Dukuh Gudang No.22 RT 01 RW 03  
Kelurahan Padukuhan Kraton Kota pekalongan

### RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MIS Tirto Lulus tahun 2009
2. SMPN 4 Pekalongan Lulus tahun 2012
3. MAN 2 Pekalongan Lulus tahun 2015

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya, untuk digunakan seperlunya.

Pekalongan, 10 Maret 2020

Yang Membuat

Riski Yuliani  
NIM. 2013115047



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 | Faks. (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.stain-pekalongan.ac.id](http://perpustakaan.stain-pekalongan.ac.id) | Email : [perpustakaan@stain-pekalongan.ac.id](mailto:perpustakaan@stain-pekalongan.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RISKI YULIANI  
NIM : 2013115047  
Fakultas / Jurusan : FEBI / EKONOMI SYARIAH  
E-mail address : riskiyuliani19@gmail.com  
No. Telephone : 085727475378

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

Yang berjudul:

**“PENGARUH PERILAKU WIRAUSAHA, MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA PEDAGANG BATIK (Studi Kasus Buaran Batik Center Kelurahan Buaran Kecamatan Pekalongan Selatan)”**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 11 Juni 2020



**RISKI YULIANI**

NIM. 2013115047

