

**PENGARUH PROMOSI, PERSONAL SELLING,
DAN HARGA JUAL TERHADAP PENDAPATAN
PEDAGANG MUSLIM DENGAN LOKASI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PEDAGANG KULINER WARALABA
DI KECAMATAN BATANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

FAEZAR FAHRUL MAHENDRA

NIM 4117106

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**PENGARUH PROMOSI, PERSONAL SELLING,
DAN HARGA JUAL TERHADAP PENDAPATAN
PEDAGANG MUSLIM DENGAN LOKASI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PEDAGANG KULINER WARALABA
DI KECAMATAN BATANG)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

FAEZAR FAHRUL MAHENDRA

NIM 4117106

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Faezar Fahrul Mahendra

NIM : 4117106

Judul Skripsi : Pengaruh promosi, personal selling, dan harga jual terhadap pendapatan pedagang muslim dengan lokasi sebagai variabel intervening (Studi kasus pedagang kuliner waralaba di kecamatan Batang).

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 1 November 2023

Yang menyatakan,



Faezar Fahrul Mahendra
NIM. 4117106

NOTA PEMBIMBING

Dr. Mansur Chadi Mursid, M. M

Jl. Kambing Desa Trayeman, Slawi-Kab. Tegal

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Faezar Fahrul Mahendra

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan Naskah skripsi Saudara:

Nama : Faezar Fahrul Mahendra

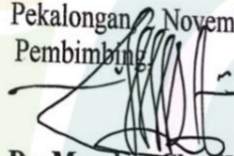
NIM : 4117106

Judul Skripsi : Pengaruh promosi, personal selling, dan harga jual terhadap pendapatan pedagang muslim dengan lokasi sebagai variabel intervening (Studi kasus pedagang kuliner waralaba di kecamatan Batang).

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan 2 November 2023
Pembimbing


Dr. Manshur Chadi Mursid, M. M.
NIP : 198205272011011005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Pahlawan No.52 Kajen Kab. Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara :

Nama : **Faezar Fahrul Mahendra**
NIM : **4117106**
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi, Personal Selling, Dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pedagang Muslim Dengan Lokasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pedagang Kuliner Waralaba Di Kecamatan Batang)**

Dosen Pembimbing : **Dr. Manshur Cahdi Mursid, M. M.**

Telah diujikan pada hari Jumat, 15 Desember 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I


Dr. Tamamudin, M. M
NIP. 197910302006041018

Penguji II


Pratomo Cahyo Kurniawan, M. Ak
NIP. 198907082020121010

Pekalongan, 15 Desember 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“Hidup hanya bisa dimengerti dengan melihat ke belakang, tetapi ia terus berlanjut ke depan”.

“Kunci untuk mewujudkan impian bukanlah dengan fokus pada kesuksesan, melainkan dari arti. Karena langkah dan kemenangan sekecil sepanjang perjalananmu bisa memberikan arti yang lebih hebat”.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksanakannya penulisan Skripsi ini :

1. Kedua orang tua yaitu Bapak Agus Susanto dan Ibu Mistinah yang senantiasa memberikan do'a yang tidak pernah henti dipanjatkan dan kasih sayang yang tulus dalam membantu dan mendukung penulis baik secara moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada sanak saudara anggota keluarga lain, yaitu Om Ikhmaula Abduh, Bulek Tri Kurniasih Novianti, Pakde Sutanto, dan Budhe Rimbawati yang senantiasa memberikan do'a yang tidak pernah henti dipanjatkan dan kasih sayang yang tulus dalam membantu dan mendukung penulis baik secara moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Kakak dan adik saya, yaitu Rhisma Gustina, Juwita Zahra, Bintang Anugrah, dan Bulan Setya Ning Qalbu yang selalu mendukung setiap langkahku dengan kebahagiaan dan kebersamaan.
4. Dosen Pembimbing saya Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M. M, yang telah membimbing dan memotivasi saya dalam pembuatan skripsi ini.

5. Dosen Wali saya Bapak Dr. Agus Fakhрина, S. Ag. M. S. I yang dari awal semester telah membimbing, memberikan motivasi dan ilmunya yang bermanfaat.
6. Sahabat-sahabat saya dan teman-teman Kelas C Ekonomi Syariah.
7. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
8. Guru-guru saya tecinta dari guru TK, SD, SMP, dan SMA yang telah mengabdikan ilmunya kepada saya sehingga saya tumbuh menjadi seperti saat ini.
9. Seluruh orang-orang disekitar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu namanya yang telah memberikan setiap dukungan dan semangat pantang menyerah.

ABSTRAK

FAEZAR FAHRUL MAHENDRA. Pengaruh Promosi, Personal Selling, dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pedagang Muslim dengan Lokasi sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pedagang Kuliner Waralaba di Kecamatan Batang).

Perkembangan bisnis kuliner saat ini menjadi suatu usaha yang memiliki potensi pasar yang sangat pesat, dengan adanya bisnis waralaba yang semakin banyak bermunculan. Disamping itu tuntutan konsumen yang terus berubah dan meningkat menjadikan lingkungan bisnis akan terus berubah dengan cepat. Persaingan bisnis kuliner waralaba yang sangat cepat ini merupakan tantangan bagi mereka untuk tetap berada dalam persaingan bisnis. Dengan memiliki strategi berbisnis yang berbeda dengan pesaing, akan membuat bisnis kuliner waralaba yang dijalan mampu bersaing dalam jangka waktu yang panjang, serta dapat meningkatkan tingkat pendapatannya.

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan populasi pedagang waralaba di kecamatan Batang dengan sampel sebanyak 96 responden, dengan pengambilan sampel *random sampling* dan uji asumsi klasik mendukung untuk penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak promosi terhadap pendapatan sebagian positif dan signifikan secara statistik. Personal selling terhadap pendapatan positif namun tidak signifikan. Dampak harga jual terhadap pendapatan positif namun kurang signifikan secara statistik. Dampak lokasi geografis terhadap pendapatan sebagian positif dan signifikan secara statistik. Pengaruh promosi terhadap pendapatan tidak mampu dimediasi lokasi. Pengaruh personal selling terhadap pendapatan tidak mampu dimediasi lokasi. Pengaruh produk terhadap pendapatan tidak mampu dimediasi lokasi. Pengaruh harga jual terhadap pendapatan tidak mampu dimediasi lokasi. Pengaruh promosi terhadap pendapatan tidak mampu dimediasi lokasi.

Kata kunci : Promosi, Personal Selling, Harga Jual, Lokasi, Pendapatan.

ABSTRACT

FAEZAR FAHRUL MAHENDRA. The Influence of Promotion, Personal Selling, and Selling Prices on Muslim Traders' Income with Location as an Intervening Variable (Case Study of Franchise Culinary Traders in Batang District).

The development of the culinary business is currently a business that has very rapid market potential, with more and more franchise businesses emerging. Besides that, consumer demands continue to change and increase, meaning the business environment will continue to change rapidly. This very fast competition in the culinary franchise business is a challenge for them to stay in business competition. By having a business strategy that is different from competitors, the culinary franchise business that is running will be able to compete in the long term, and can increase its income level.

This research uses a survey method with a population of franchise traders in Batang sub-district with a sample of 96 respondents, with random sampling and classical assumption tests supporting this research.

The research results show that the impact of promotion on income is partly positive and statistically significant. Personal selling on income is positive but not significant. The impact of selling price on income is positive but not statistically significant. The impact of geographic location on income is partly positive and statistically significant. The effect of promotion on income cannot be mediated by location. The influence of personal selling on income cannot be mediated by location. The effect of products on income cannot be mediated by location. The effect of selling price on income cannot be mediated by location. The effect of promotion on income cannot be mediated by location.

Keywords: Promotion, Personal Selling, Selling Price, Location, Income

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh,

Alhamdulillah robbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, serta kekuatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Promosi, Personal Selling, Produk, dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pedagang Muslim Dengan Lokasi Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pedagang kuliner waralaba di kecamatan Batang). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari tanpa bantuan, bimbingan, saran, dan fasilitas dari berbagai pihak penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K. H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati S.H., M.H., selaku Dekan UIN K. H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. AM. M. Hafidz M, M. Ag. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI IAIN Pekalongan
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Happy Sista Devy, M.M selaku Seketaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. selaku dosen pembimbing UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
7. Bapak Dr. Agus Fakhrina, S. Ag, M,S.I., selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA) UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
8. Pihak pedagang kuliner waralaba yang telah banyak membantu dan memperoleh data yang saya perlukan.

9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral;

10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

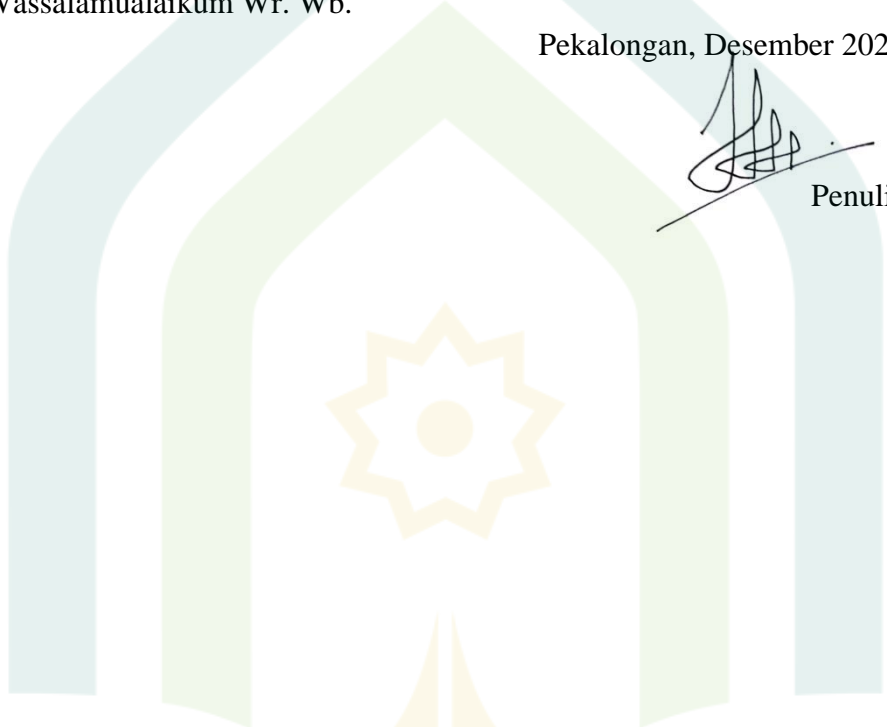
Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, Desember 2023



Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Telaah Pustaka	18
C. Kerangka Berpikir.....	22
D. Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	28
B. Setting Penelitian.....	28

C.Populasi dan Sampel.....	28
D.Sumber Peneltian.....	29
E.Variabel Penelitian.....	30
F.Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
G.Uji Validitas	34
H.Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A.Gambaran Umum Objek Penelitian	38
B.Deskripsi Data Responden	38
C.Hasil Uji Kualitas Data.....	41
D.Uji Hipotesis.....	42
E.Pembahasan	53
BAB V PENUTUP	58
A.Kesimpulan.....	58
B.Saran	58
C.Keterbatasan Penelitian	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	I

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	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ث	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	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	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أَيُّ = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = 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 *fāṭimah*

4. Syaddad (*tasydid, geminasi*)

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

ربنا ditulis *rabbanā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

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

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البدیع ditulis *al-badī'*

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*

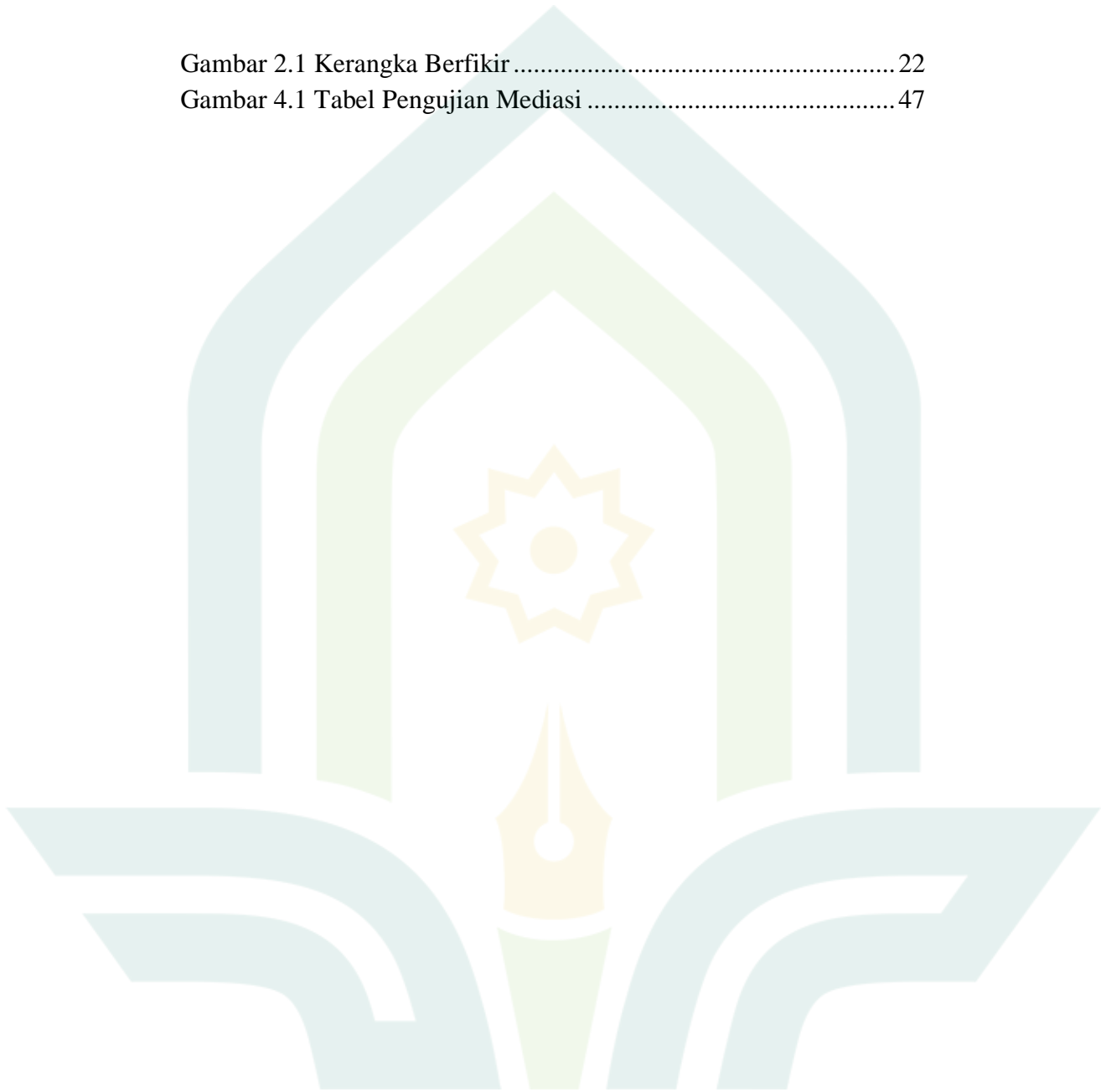
شيء ditulis *syai`un*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pedagang Kuliner Waralaba	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Indikator Variabel Penelitian.....	31
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Produk Berupa	39
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendapatan	40
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Media Promosi	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.7 Uji Normalitas	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	44
Tabel 4.10 Hasil Heteroskedastisitas.....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Persamaan I.....	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Persamaan II	46
Tabel 4.13 Hasil Uji T Parsial	50
Tabel 4.14 Hasil Uji T	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	22
Gambar 4.1 Tabel Pengujian Mediasi	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian.....	I
Lampiran 2 Surat Keterangan.....	II
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	III
Lampiran 4 Data Usaha Waralaba di Kecamatan Batang	VIII
Lampiran 5 Data Mentah Penelitian	X
Lampiran 6 Rumus dan Hasil Uji SPSS	XXVIII
Lampiran 7 Dokumentasi	XXXVII
Lampiran 8 Riwayat Hidup Penulis.....	XXXVII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis kuliner saat ini menjadi suatu usaha yang memiliki potensi pasar yang sangat pesat, dengan adanya bisnis waralaba yang semakin banyak bermunculan. Disamping itu tuntutan konsumen yang terus berubah dan meningkat menjadikan lingkungan bisnis akan terus berubah dengan cepat. Persaingan bisnis kuliner waralaba yang sangat cepat ini merupakan tantangan bagi mereka untuk tetap berada dalam persaingan bisnis. Dengan memiliki strategi berbisnis yang berbeda dengan pesaing, akan membuat bisnis kuliner waralaba yang dijalan mampu bersaing dalam jangka waktu yang panjang, serta dapat meningkatkan tingkat pendapatannya.

Pendapatan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam menentukan menentukan sebuah laba atau rugi dari suatu usaha yang diperoleh dengan melakukan perbandingan antara pendapatan dengan beban atau biaya yang dikeluarkan atas pendapatan tersebut. Pendapatan dapat digunakan sebagai tolak ukur apakah suatu usaha tersebut mengalami keberhasilan dan juga menjadi faktor yang menentukan dalam kelangsungan suatu usaha (Jhingan, ML. 2023). Dalam upaya meningkatkan omzet pendapatan maka pedagang harus menggunakan strategi untuk mencapainya. Adapun aspek strategi yang bisa pedagang lakukan yaitu promosi, personal selling, harga jual, dan lokasi.

Dalam menghadapi ketatnya persaingan dalam dunia usaha, melakukan kegiatan promosi merupakan salah satu strategi yang sangat penting untuk meningkatkan pendapatan. Pada umumnya setiap perusahaan ingin berhasil dalam menjalankan bisnisnya, perkembangan bisnis yang kompetitif membuat para pedagang selalu mengembangkan ide dan gagasan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, pedagang harus mempelajari tahap-tahap dalam proses pembelian produk dan juga harus dapat

menginformasikan produk yang ditawarkannya. Dengan melakukan promosi merupakan salah satu cara menyampaikan informasi mengenai produk yang ditawarkan dan cara pedagang melebarkan sayapnya memperluas pasar untuk mendapatkan tempat di hati konsumen, karena konsumen adalah sebagai tolak ukur keberhasilan pendapatan pedagang.

Penelitian menurut Sulaika Pulungan (2023) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa dengan promosi menggunakan platform digital online berpengaruh positif terhadap pendapatan, karena dengan bantuan tersebut dapat membantu para pedagang dalam mempromosikan usaha mereka memungkinkan meningkatkan cakupan kawasan yang lebih luas di wilayahnya. Kemudian penelitian menurut M. Fradiyan Khamid (2020) dan Warnadi (2018) dalam penelitiannya bahwa hasil variabel promosi berpengaruh terhadap pendapatan.

Adanya persaingan antara beberapa produk seperti halnya dalam dunia usaha kuliner ini membuat konsumen terkadang bingung untuk memilih produk mana yang paling baik kualitasnya, dan tidak jarang pasti untuk para konsumen dengan selernya. Pada hakekatnya konsumen merupakan faktor penting bagi berlangsungnya hidup pedagang, karena sekarang ini konsumen sudah pintar dan cermat dalam mencari sebuah informasi atas produk maupun jasa, yang nantinya akan bermanfaat memenuhi keinginan dan bisa memuaskannya.

Menurut Indriyo Gitosudarmo dalam buku Danang Sunyoto, *personal selling* merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan calon konsumennya. Dengan kontak langsung ini diharapkan terjadi hubungan yang positif antara pedagang dengan calon konsumennya (Danang Sunyoto. 2015). Dalam *personal selling* terjadi interaksi langsung, saling bertemu muka antara pembeli dengan penjual sehingga dapat diketahui secara langsung keinginan, perilaku, dan motif pembelian dari konsumen, sekaligus dapat melihat reaksi konsumen. Dengan demikian bahwa kemampuan *personal selling* dapat menunjang tingkat pendapatan yang diperoleh bagi pedagang.

Penelitian tentang variabel personal selling yang dilakukan oleh (Wirahman Dwibahri 2007) memperlihatkan bahwasannya personal selling memberikan pengaruh terhadap pendapatan. Dan juga pada penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad Basuki Rahmat) memperlihatkan bahwa personal selling memberikan pengaruh terhadap pendapatan.

Selain promosi dan personal selling, terdapat aspek lain yang menjadi dasar dalam mempengaruhi pendapatan pedagang yaitu harga jual. Pendapatan merupakan penghasilan yang timbul dari usaha perusahaan yang biasa disebut penjualan. Pendapatan yang diperoleh nantinya akan digunakan untuk memperluas usahanya. Untuk mendapatkan pendapatan yang maksimal maka setiap usaha harus mempertimbangkan harga jual dari produk yang dihasilkan. Harga jual adalah jumlah tertentu yang harus dibayarkan oleh pembeli atas produk yang dibelinya. Harga jual diperoleh dari penjumlahan dari hari harga pokok barang yang dijual, biaya administrasi, biaya penjualan, serta keuntungan yang diinginkan. Namun perusahaan juga perlu melakukan survei terlebih dahulu untuk mengetahui tingkat pendapatan konsumen di wilayah tersebut, sehingga dapat disimpulkan dengan harga tersebut layak atau tidak untuk diterima oleh konsumen.

Penelitian variabel harga jual yang dilakukan oleh (Achmad Royhanah Asrrasyid, 2021) memperlihatkan bahwasannya harga jual memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan.

Kemudian aspek terakhir yaitu lokasi. Dalam memulai sebuah usaha, salah satu hal penting yang dibutuhkan adalah lokasi. Penentuan lokasi usaha yang tepat menjadikan suatu usaha dapat beroperasi dengan efisien dan dapat mencapai pendapatan yang diharapkan. Menurut (Tutik, 2012) menyebutkan bahwa menentukan lokasi untuk setiap bisnis merupakan tugas penting bagi pedagang, karena jika keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Sehingga hubungan lokasi usaha dalam perdagangan adalah yang sangat vital sebab lokasi usaha bagi pedagang merupakan penentu utama terhadap pendapatan.

Penelitian pada variabel lokasi yang dilakukan oleh (M. Fradiyan Khamid, 2020) memperlihatkan bahwasannya lokasi usaha memberikan pengaruh terhadap pendapatan. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh (Ni Made Dwi Maharani dan I Made Jember, 2016) juga memperlihatkan bahwasannya lokasi usaha memberikan pengaruh terhadap pendapatan.

Munculnya berbagai bentuk usaha waralaba sekarang ini menjadi tantangan untuk para pelaku usaha dimana saat ini terdapat banyak usaha yang serupa. Di kecamatan batang sendiri diketahui terdapat 96 usaha kuliner waralaba yang telah tersebar luas dari 96 usaha kuliner yang tersebar luas, berikut data bentuk usaha kuliner waralaba di Kecamatan Batang :

Tabel 1.1
Data Usaha Kuliner Waralaba di Kecamatan Batang

No.	Nama Usaha Kuliner Waralaba
1.	Big Bos Kebab
2.	King Kebab Turkey
3.	Xi Boba
4.	Lunpia Beef
5.	Suki-suki
6.	Raja Karamel
7.	Fremilkt
8.	Ayam Geprek Kaf
9.	Sogoki
10.	Uni Corndog
11.	Go Jasuke
12.	Kimmy Corndog
13.	Teh Nusantara
14.	Teh Poci
15.	Day Story
16.	Say Story
17.	Al- Fatih Fried Chicken
18.	Teh Desa
19.	Mie Level Wahidin
20.	Es Teh Nusantara
21.	Kaf Fried Chicken

No.	Nama Usaha Kuliner Waralaba
22.	Tangsis (Kentang Sosis)
23.	Martabak Balik Maning
24.	SS 88 Geprek
25.	Khab Khun Thai Tea
26.	Manja Cheese Tea
27.	Sabana Chicken
28.	Esteh Indonesia Batang
29.	Minumanku
30.	Es Teh Jawa (Alun-alun)
31.	Gottcha Thaitea
32.	Baba Fried Chicken
33.	Premium Croffel
34.	Mr. Dee Crepes
35.	Mie Jebew
36.	Baba Fried Chicken
37.	Japanese Food and Drink
38.	Kebab Jawa
39.	Martabak Hasil
40.	Kijeyo
41.	Miu-miu Ice cream
42.	Coklat Senyam-seyum
43.	Pizza Apa Ya Dracik
44.	Teh Jayengan
45.	Puffy and Creamy
46.	Konco Ngopi
47.	Sunkoki Pizza
48.	Spaghetry
49.	Es Coklat Tiga Bersaudara

Sumber data : penelitian lapangan

Terdapat banyaknya usaha kuliner waralaba di Kecamatan Batang yang berlomba-lomba memberikan penawaran berbagai jenis produk makanan dan minuman serta memberikan kesan pengalaman terbaik kepada konsumen. Hal tersebut memicu kompetisi dalam berbisnis yang mengetat pada usaha kuliner waralaba saat ini.

Berdasarkan hasil observasi, konsumen yang berkunjung dan memutuskan pembelian memiliki berbagai macam cara agar mereka memperoleh produk yang diinginkan. Hasil dari observasi yang sudah dilakukan menunjukkan promosi memiliki peran penting dalam memberikan dorongan pada konsumen untuk melakukan pembelian. Biasanya pedagang kuliner waralaba mempromosikan produk usaha dengan melalui media sosial, seperti : Facebook, Instagram, WhatsApp. Atau dengan menggunakan platform digital marketing, seperti pada aplikasi : Go Food pada Go-Jek dan Grab, Shopee Food, dan lain sebagainya.

Selain itu bisa ditunjang juga oleh kemampuan menjual para karyawan (*personal selling*) membantu konsumen untuk memutuskan dalam membeli suatu produk. Para Karyawan berusaha untuk meyakinkan, membujuk, mempengaruhi, dan memberikan informasi agar konsumen bersedia melakukan pembelian. Personal selling memiliki kelebihan sebagai sarana promosi yang kenyataannya melibatkan komunikasi tatap muka dengan calon konsumen. Keuntungan dari strategi ini adalah penjual dapat menyampaikan lebih jelas dan lebih banyak informasi. Penjualan menjadi kunci dalam menentukan keberhasilan pedagang waralaba dalam menjalankan bisnis dari produk yang dihasilkan hal ini terbukti di lapangan. Persaingan harga juga berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli, harga yang terjangkau disertai rasa yang enak akan menjadi pilihan, apalagi didukung dengan letak yang strategis.

Dengan pertimbangan-pertimbangan tersebut, untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Personal Selling, dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pedagang Muslim Dengan Lokasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pedagang Kuliner Waralaba di Kecamatan Batang)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang
2. Apakah personal selling berpengaruh terhadap pendapatan pedagang
3. Apakah harga jual berpengaruh terhadap pendapatan pedagang
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang
5. Apakah promosi berpengaruh terhadap lokasi pedagang
6. Apakah personal selling berpengaruh terhadap lokasi?
7. Apakah harga jual berpengaruh terhadap lokasi?
8. Apakah promosi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dengan lokasi sebagai variabel intervening?
9. Apakah personal selling berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dengan lokasi sebagai variabel intervening?
10. Apakah harga jual berpengaruh terhadap pendapatan pedagang dengan lokasi sebagai variabel intervening?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang
2. Untuk mengetahui apakah personal selling berpengaruh terhadap pendapatan pedagang
3. Untuk mengetahui apakah harga jual berpengaruh terhadap pendapatan pedagang
4. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap pendapatan pedagang
5. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap lokasi
6. Untuk mengetahui apakah personal selling berpengaruh terhadap lokasi
7. Untuk mengetahui apakah harga jual berpengaruh terhadap lokasi
8. Untuk mengetahui promosi mempengaruhi pendapatan pedagang muslim dengan lokasi usaha sebagai variabel intervening

9. Untuk mengetahui personal selling mempengaruhi pendapatan pedagang muslim dengan lokasi usaha sebagai variabel intervening
10. Untuk mengetahui harga jual mempengaruhi pendapatan pedagang muslim dengan lokasi usaha sebagai variabel intervening.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan cara berfikir dan informasi bagi pihak terkait terlebih lagi pelaku usaha kuliner waralab dan sebagai bagian evaluasi terhadap penerapan strategi pemasaran sebagai acuan dan masukan dalam membuat keputusan di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Pengelola dan Pemerintah Daerah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi tambahan bagi pengelola dan pemerintah daerah mengenai pendapatan para pedagang dan dapat membantu dalam pengambilan kebijakan dalam upaya meningkatkan pendapatan pedagang.

b) Bagi Akademi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai sumbangan referensi dan tambahan ilmu, serta menjadi acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kuliner.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi terdiri dari lima bab yang saling berkaitan :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas latar belakang atau dasar permasalahan untuk memberikan pemahaman kepada pembaca atau pendengar mengenai penelitian. Disusun dengan detail fakta-fakta yang ada pada kuliner waralab di Kecamatan Batang dan disertai dengan data lapangan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang suatu rancangan dengan pernyataan yang telah tersusun sistematis karena landasan teori menjadi dasar atau tumpuan yang kuat dalam sebuah penelitian. Teori yang digunakan adalah promosi, personal selling, harga jual, pendapatan, dan lokasi.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas cara ilmiah agar mendapatkan data yang valid yang bertujuan agar menemukan, membuktikan, serta mengembangkan sehingga dapat digunakan untuk memecahkan suatu permasalahan dalam suatu bidang yang diteliti.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Data yang telah terkumpul dari pertanyaan melalui penyebaran kuesioner yang telah diisi responden yaitu pendapatan pedagang muslim pada kuliner waralaba di Kecamatan Batang kemudian dianalisis dengan cara dihitung secara akurat serta diinterpretasikan dengan lengkap.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi simpulan, saran dan batasan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Temuan penelitian menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Dampak promosi terhadap pendapatan positif dan signifikan secara statistik.
2. Dampak personal selling terhadap pendapatan positif dan tidak signifikan secara statistik.
3. Dampak harga jual terhadap pendapatan positif dan tidak signifikan secara statistik.
4. Dampak lokasi terhadap pendapatan positif dan signifikan secara statistik.
5. Dampak promosi terhadap lokasi positif dan signifikan secara statistik.
6. Dampak personal selling terhadap lokasi negatif dan tidak signifikan secara statistik.
7. Dampak harga jual terhadap lokasi positif dan tidak signifikan secara statistik.
8. Pengaruh promosi terhadap pendapatan tidak mampu dimediasi lokasi.
9. Pengaruh personal selling terhadap pendapatan tidak mampu dimediasi lokasi.
10. Pengaruh harga jual terhadap pendapatan tidak mampu dimediasi lokasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang dapat ditarik dari kesimpulan, maka dapat disusun beberapa saran terhadap pihak terkait maupun seluruh masyarakat di Kecamatan Batang yaitu :

1. Pemerintah mampu mengalokasikan tempat khusus untuk para pedagang kuliner.
2. Jika sudah ada tempat khusus, Pemerintah diusahakan memperhatikan tempat lokasi tersebut. Agar tempat tersebut

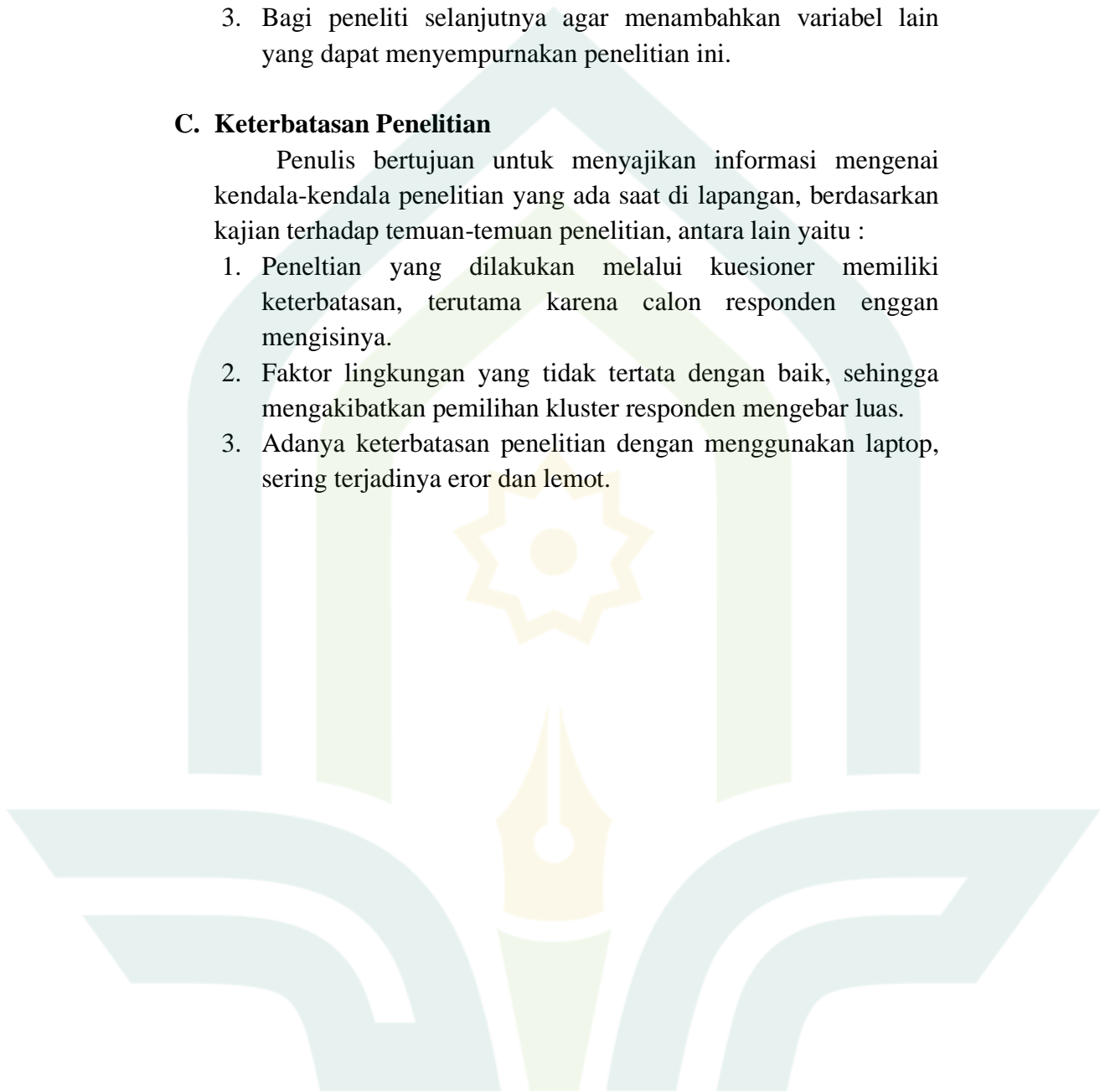
bisa bertahan dalam waktu jangka panjang, dan tidak seperti yang sebelumnya.

3. Bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan variabel lain yang dapat menyempurnakan penelitian ini.

C. Keterbatasan Penelitian

Penulis bertujuan untuk menyajikan informasi mengenai kendala-kendala penelitian yang ada saat di lapangan, berdasarkan kajian terhadap temuan-temuan penelitian, antara lain yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan melalui kuesioner memiliki keterbatasan, terutama karena calon responden enggan mengisinya.
2. Faktor lingkungan yang tidak tertata dengan baik, sehingga mengakibatkan pemilihan kluster responden mengembang luas.
3. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan laptop, sering terjadinya eror dan lemot.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfiani, F., Ani, H. M., & Hartanto, W. (2018). Pengaruh Kuantitas Produk Dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Usahatani Jamur Merang (Studi Kasus Pada Kelompok Tani Paguyuban Kaola Mandiri Di Desa Rambipuji Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 12(2), 247-252.
- Anggi, N. S. (2020). *PENGARUH HARGA JUAL DAN LOKASI TERHADAP PENDAPATAN MENURUT PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Aprilia, M. (2019). *PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN HARGA JUAL TERHADAP PENDAPATAN PETANI MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Petani Jagung Desa Komerling Putih Kecamatan Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). Hal 43.
- Apriliani, I. (2019). *ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI DALAM MENETAPKAN HARGA JUAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Industri Ikan Teri Asin Pulau Pasaran Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung). Hal 24.
- Arrasyid, A. R. (2021). “ Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Petani.” *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents* (2021): 86 – 103.
- Astuti, D. (2005). Kajian bisnis franchise makanan di Indonesia. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 7(1), 83-98.
- Chotimah, N. H. H. (2020). *Analisis strategi personal selling dalam meningkatkan volume penjualan: studi kasus PT. Avione Indonesia Area Mataram* (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Crisdandi, P., Zukhri, A., & Meitriana, M. A. (2016). *Pengaruh Biaya Pemeliharaan dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Petani*

Cengkeh di Desa Tirtasari pada Tahun 2014. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 5(1).

- Darsana, I. B., & Chintya, W. A. (2013). Analisis pendapatan pedagang di pasar Jimbaran Kelurahan Jimbaran. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, 2(6)*, 44618.
- Echsanullah, M., & Wulandari, A. (2018). Pameran, Personal Selling dan Iklan Media Online dalam Mendorong Penjualan Property. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta, 20(3)*, 171-182.
- Elmiliyasi, D. F. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah, 2(1)*, 66-83.
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya. *Journal of Business and Banking, (2015). 5(1)*, 149-162.
- Febriantoni, A. (2019). *PENGARUH HARGA BARANG DAN MODAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pasar Bambu Kuning Trade Center Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Ghozali Imam, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hal 134.
- Hutasoit, P. S. (2019). *PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE DONAT PADA USAHA DUNKIN DONUTS DI KOTA MEDAN.*
- Karnando, K., & Oktalina, G. (2019). ANALISIS PENGARUH KEANEKARAGAM PRODUK OLAHAN DAN LOKASI TERHADAP PENDAPATAN USAHA PECEL LELE DI KOTA PANGKALPINANG. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis, 6(4)*, 307315.

- Kusniadji, S. (2018). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176-183.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90-99.
- Lestari, I. W., & Hasmarini, I. M. I. (2018). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Minuman Waralaba di Kota Solo Tahun 2017* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Marbun, M., Yona, M., & Ariyati, Y. (2016). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Pt Cipta Group Kota Batam (Studi Kasus Pada Perumahan Buana Bukit Permata di Batam). *BENING*, 3(2).
- Mudrajad Kuncoro Suharjo, “*Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3*”, (Jakarta: Erlangga, 2013), hal 9.
- Nasution, M. F. R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, “*Metodologi Penelitian Bisnis edisi pertama*”, (Yogyakarta: BPF, 2009).
- Nuritha, I., Bukhori, S., & Eka, W. (2013). Identifikasi pengaruh lokasi usaha terhadap tingkat keberhasilan usaha minimarket waralaba di kabupaten Jember dengan sistem informasi geografis.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar

Landungsari. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi*, 7(2), 147-154.

Prof. Dr. Suliyanto, S.E., M.M, “Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi”, (Yogyakarta : ANDI OFFEST, Anggota IKAPI, 2018), hal. 177

Rohaeni, H. (2016). Peranan Promosi Melalui Personal Selling Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Ecodemica*, 4(2), 223-231.

Setiaji, K., & Fatuniah, A. L. (2018). Pengaruh modal, lama usaha dan lokasi terhadap pendapatan pedagang pasar pasca relokasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 6(1), 1-14.

Sugiyono. “Metode Penelitian Kombinasi”. Cet. 5. (Bandung: Alfabeta, 2014).

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta.

Warnadi, W. (2018). PENGARUH PERSAINGAN DAN PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN PADA FOTOCOPY ANUGRAH RENGAT. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(4), 209-225.

Wirahman, D. (2007). ANALISIS PENGARUH PERSONAL SELLING DAN ADSERTISING TERHADAP SEWA KAMAR (HOTEL MONTANA I MALANG.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Faezar Fahrul Mahendra
2. Tempat, tanggal lahir : Pati, 14 Oktober 1999
3. Alamat rumah : Gg. Tangkuban Perahu,
Plampitan, Kauman Batang
4. Alamat tinggal : Gg. Tangkuban Perahu,
Plampitan, Kauman Batang
5. Nomor handphone : 0822-2186-2076
6. Email : faezarmahendra42@gmail.com
7. Nama orang tua : Agus Susanto dan Mistinah
8. Pekerjaan orang tua : Buruh dan Ibu rumah tangga
9. Nama orang tua wali : Ikhmaula Abduh dan Tri
Kurniasih N
10. Pekerjaan orang tua wali : Buruh dan TU SMAN 1
Wonotunggal

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDMI DARUL ULUM (2011)
2. SMPN 4 Batang (2014)
3. SMA N 1 Batang (2017)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Komunitas Batang Nyerat di Batang : Anggota, 2017