

**PENGARUH MEKANISME JUAL BELI IKAN DI TPI
PALOPO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Syariah (SE) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



SITTI NURHALIZA

16 0401 0162

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

PENGARUH MEKANISME JUAL BELI IKAN DI TPI PALOPO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Syariah (SE) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Pembimbing:

- 1. Dr. Rahmawati, M.Ag.**
- 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S. EI., M.A.**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nurhaliza
Nim : 16 0401 0162
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan karya hasil saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Selagi kekeliruan dan kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 04 April 2022

Yang membuat pernyataan

 
Siti Nurhaliza

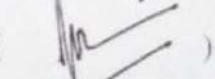
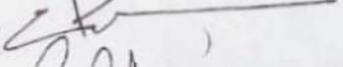
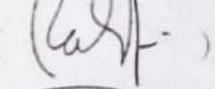
NIM.1604010162

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan di TPI Palopo terhadap Kepuasan Konsumen yang di tulis oleh Sitti Nurhaliza Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0401 0162, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu tanggal 12 Oktober 2022 Miladiyah bertepatan dengan 17 Rabiul Awal 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Palopo, 01 November 2022

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. | Penguji I | () |
| 4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. | Penguji II | () |
| 5. Dr. Rahmawati, M.Ag. | Pembimbing I | () |
| 6. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Pembimbing II | () |

Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Dr. Takdir, S.H., M.H.
NIP. 19790724 200312 1 002


Dr. Fasiha, S.EI., M.EI.
NIP. 198102132006042002

PRAKATA

سَمِ اللهُ الرَّحْمَنُ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذى علم بالقلم، علم الانسان ما لم يعلم والصلاة والسلام على
أشرف الأنبياء والمرسلين. سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه أجمعين

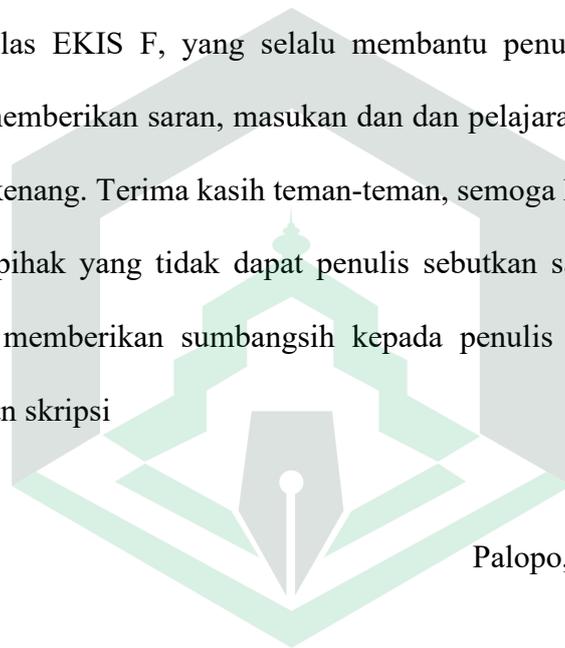
Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan di TPI Palopo Terhadap Kepuasan Konsumen”** setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan Salam kepada Nabi Muhammad SAW, Kepada para keluarga, sahabat dan para pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi perbankan syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat berbagai macam bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, teristimewa penulis sampaikan terimakasih kepada kedua orangtua tercinta, ayah saya Duar dan Ibu saya Masita yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang hingga dewasa, memberikan pengorbanan yang tiada batas dan senantiasa memberikan dorongan dan doa. Selanjutnya penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M. Ag., Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) palopo beserta Wakil Rektor I,II, III,IAIN Palopo.
2. Dr. Takdir, S.H., M.HSelaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I,II, dan III Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Dr. Fasiha, S.E.I.,M.E.I. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah di IAIN Palopo yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Abdul Kadir Arno, S.E.Sy.,M.Si.Selaku sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah beserta para staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
5. Dr. Rahmawati, M.Ag., selaku pembimbing I yang telah mengarahkan dan membantu dalam penyelesaian skripsi.
6. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El.,MA., selaku pembimbing II yang telah mengarahkan dan membantu dalam penyelesaian skripsi.
7. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M selaku dosen penguji I yang memberikan kritikan serta arahan untuk penyelesaian skripsi ini.
8. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M selaku dosen penguji II yang memberikan kritikan serta arahan untuk penyelesaian skripsi ini.
9. Muzayyah Jabani, ST., M.M., selaku Dosen Penasehat Akademik.
10. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

11. Madehang,.S.Ag.,M.Pd. selaku pimpinan perpustakaan IAIN Palopo beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
12. Kepada teman-teman mahasiswa Ekonomi Syariah 2016 yang telah ikut andil membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi
13. Kepada semua teman seperjuangan penulis di Ekonomi Syariah khususnya pada kelas EKIS F, yang selalu membantu penulis selama kuliah dan selalu memberikan saran, masukan dan dan pelajaran hidup yang nantinya akan dikenang. Terima kasih teman-teman, semoga kita sukses semua.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan sumbangsih kepada penulis selama kuliah hingga penulisan skripsi



Palopo, 04 April 2022

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Te
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim.	J	Je
ح	Ha'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha.	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal.	Ž.	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	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D.	de (dengan titik bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik bawah).
ظ	Za	Z	zet (dengan titik bawah).
ع	'ain	'	apstrof terbalik

ع	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	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. jika ia terletak di tengah atau di akhir maka ditulis dengan tanda (^).

2. Vocal

Vocal Bahasa arab, seperti vocal Bahasa Indonesia, terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong. Vocal tunggal Bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitenya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Fathah</i>	A	A
ا	<i>Kasrah</i>	I	I
ا	<i>Dammah</i>	U	U
	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i

ا	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u
---	-----------------------	----	---------

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, translitenya berupa gabungan huruf:

Contoh:

كيف : *kaifa*

هل هو : *haua*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, translitenya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	<i>Fathah dan alif atau ya'</i>	A	a garis di atas
ا	<i>Kasrah dan ya'</i>	I	i garis di atas
ا ؤ	<i>Dammah dan wau</i>	U	u garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Ta marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan denganperulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanna*

رَجَّيْنَا : *rajjayina*

أَحَقُّ : *al-haqq*

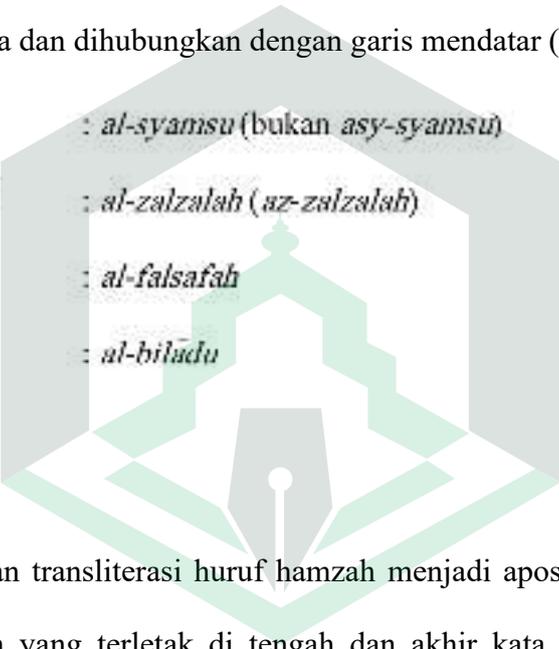
أَحَجُّ : *al-hajj*

نُعِيْمٌ : *nu'ima*

عَدُوٌّ : *'aduwuwun*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:



الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (<i>az-zalzalāh</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَامُرُونَ : *ta'murūna*

أَنْوَاءُ : *al-nau'*

سَيِّئٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-'Ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata ,Allah' yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpahuruf hamzah. Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafz *al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

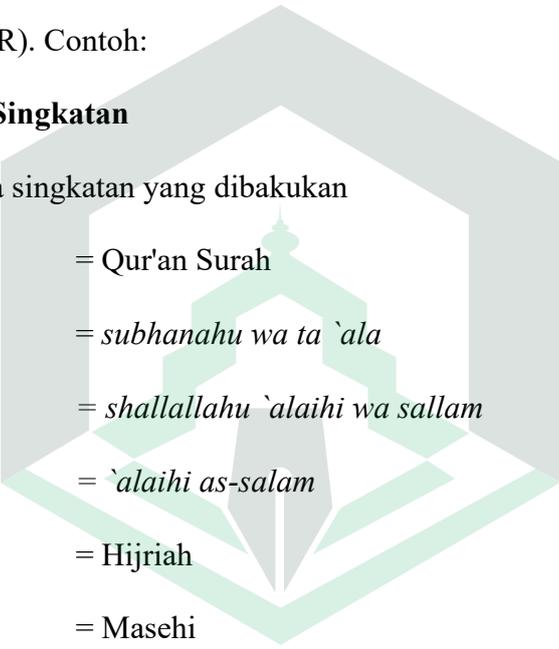
10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf

awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

11. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan



Q.S	= Qur'an Surah
Swt.	= <i>subhanahu wa ta`ala</i>
Saw.	= <i>shallallahu `alaihi wa sallam</i>
as	= <i>`alaihi as-salam</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= lahir tahun (untk orang yang masih hidup saja)
w	= wafat tahun
HR	= Hadis..Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	II
HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xv
DAFTAR HADIS	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR ISTILAH	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORI	6
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	6
B. Landasan Teori.....	9
C. Kerangka Pikir.....	31
D. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
C. Definisi Operasional Variabel.....	33
D. Populasi dan Sampel	34
E. Teknik Prngumpulan Data	36
F. Instrumen Penelitian.....	36
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	40
H. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Hasil Penelitian	48
B. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP	63
A. Simpulan.....	63

B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR KUTIPAN AYAT

Surah An- Nisa ayat 29	4
Surah Al-Baqarah ayat 198	17



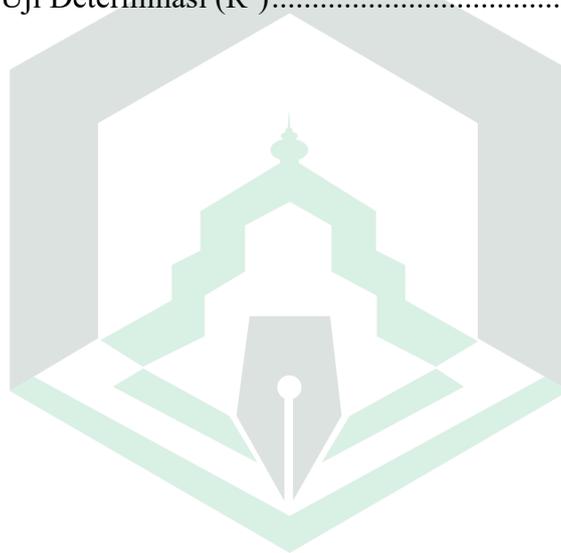
DAFTAR HADIS

Hadis Tentang Jual Beli 13



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang releva.....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 3.2 Kisi- Kisi Instrumen Penelitian.....	37
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	41
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Y	42
Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.1. Data Pelaku Usaha Pemasar di TPI Palopo Tahun 2021	53
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.4. Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.5. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	57
Tabel 4.6. Hasil Analisis Regresi Sederhana	57
Tabel 4.7. Hasil Uji t (Uji Parsial)	59
Tabel 4.8. Hasil Uji Determinasi (R^2).....	60



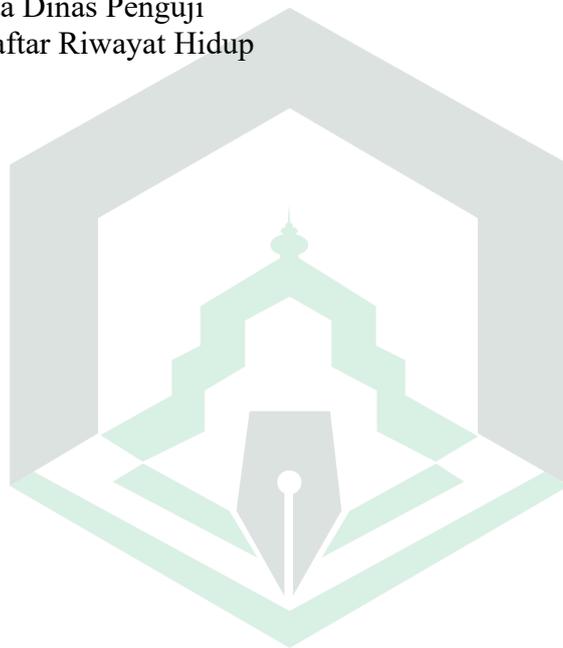
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	31
Gambar 4.1 Grafik <i>Scatterplot</i>	56



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Tabel Distribusi r
- Lampiran 5 Tabel Distribusi t
- Lampiran 6 Halaman Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 7 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 8 Halaman Persetujuan Penguji
- Lampiran 9 Nota Dinas Penguji
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup



DAFTAR ISTILAH

SPSS	: <i>Statistical Package Of Social Science</i>
Q.S	: Quran Surah
H0	: Hipotesis 0
H1	: Hipotesis 1
(X)	: Variabel Independen
(Y)	: Variabel Dependen
x	: Kali
<	: Kurang Dari
>	: Lebih Dari
=	: Sama Dengan
+	: Tambah
%	: Persen



ABSTRAK

Sitti Nurhaliza, 2022. "Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan di TPI Palopo Terhadap Kepuasan Konsumen". Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Rahmawati dan Muh. Ruslan Abdullah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh mekanisme jual beli ikan di TPI Kota Palopo terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner yang disebar secara online dimana populasinya ialah konsumen yang melakukan kegiatan jual beli di TPI Kota Palopo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan menggunakan rumus *stanley lemeshow* yaitu sebanyak 138 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan bantuan *software* SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme jual beli ikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan *t* hitung sebesar 17,664 (> 1,97756) dan nilai signifikansi 0,000 (<0,05). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,696 yang berarti bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh mekanisme jual beli ikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 69,6%.

Kata Kunci: Mekanisme Jual Beli, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Sitti Nurhaliza, 2022 "The Influence of the Mechanism of Buying and Selling Fish at TPI Palopo on Consumer Satisfaction". Thesis of Islamic Economics Study Program Faculty of Economics and Islamic Business Palopo State Islamic Institute. Supervised by Rahmawati and Muh. Ruslan Abdullah.

This study aims to determine the effect of the mechanism of buying and selling fish at TPI Palopo City on consumer satisfaction. This type of research is quantitative research. The data collection technique in this study uses a questionnaire distributed online where the population is consumers who carry out buying and selling activities at TPI Palopo City. The sampling technique used is non-probability sampling using the Stanley Lemeshow formula as many as 138 people. The analytical technique used is simple regression analysis with the help of SPSS version 20 software. The results show that the fish buying and selling mechanism has a positive and significant effect on consumer satisfaction with a count of 17.664 (>1.97756) and a significance value of 0.000 (<0.05). The value of the coefficient of determination (R^2) is 0.696, which means the magnitude of the effect given by the fish buying and selling mechanism on consumer satisfaction is 69.6%.

Keywords:Buying and Selling Mechanism, Consumer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam suatu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antara produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang memberikan kepuasan pelanggan yaitu bagian dari pemasaran dan memainkan peran penting di pasar.¹

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, dan aktivitas manusia yang semakin padat setiap harinya, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan manusia. Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha di bidang pemasaran ikan untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satunya kualitas pelayanan itu sendiri sehingga konsumen merasa terpuaskan. Lingkungan pasar dengan fasilitas fisiknya beserta penetapan harga, promosi dan produk yang ditawarkan yang memberikan stimuli-stimuli yang

¹ Oliver, *Measurement And Evaluation Of Satisfaction Processes In Retail Setting*. (Journal Of Retailing 57, 2007):25-48

diterima oleh konsumen tersebut sehingga menimbulkan persepsi terhadap keseluruhan pedagang.²

Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah berharap perusahaan dapat memberikan pelayanan berupa jawaban yang diberikan secara ramah, cepat dan tepat. Penerapan produk dan pelayanan yang berkualitas adalah merupakan strategi manajemen perdana swalayan dalam rangka mengantisipasi meningkatnya persaingan dan tuntutan konsumen terhadap produk dan pelayanan yang berkualitas. Strategi di terapkan berdasarkan pada pemahan keinginan dan kebutuhan pasar, system dan pola pemasaran, penjualan, keadaan serta visi misi perusahaan.³Tujuan utama pengadaan produk dan pelayanan yang berkualitas adalah untuk memuaskan konsumen, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat, yang pada akhirnya akan mendongkrak nilai jual.

TPI (Tempat pelelangan ikan) merupakan tempat terjadinya transaksi antara produsen dengan konsumen. di TPI banyak pilihan ikan segar dengan harga yang murah, ikan segar hasil tangkapan nelayan melimpah disini. TPI juga merupakan sarana untuk keluarga dalam jual beli ikan segar. Salah satu permasalahan yang terjadi di TPI yaitu para pelelang ikan sebelum sampainya ikan di darat para pelelang sudah berkodinas lebih dahulu kepada para nelayan dengan menentukan harga ikan yang akan mereka setuju bersama. Dengan adanya kesepakatan harga yang adil tidak akan menimbulkan penindasan sehingga tidak

²M. Taufiq Amir, *Manajemen Ritel* (Jakarta: Ppm, Cet. 2, 2005), H. 129-131).

³Asye. *An Evaluation Of Fast-Food Prefences According To Gender, Humanity And Social*(Sciences Journal, Vol.2.) 2007):43-50

merugikan salah satu belah pihak. Harga harus mencerminkan manfaat bagi penjual dan pembeli secara adil, dengan penjual memperoleh keuntungan uang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang telah dibayarkan.

Konsep harga dalam sistem lelang ini mengacu pada harga pasar. Dan proses penetapan harga dilakukan oleh juru tawar yang bertugas. Sehingga konsep harga dalam sistem lelang tidak merugikan salah satu pihak. Adapun jual beli lelang yang dimaksud dalam konteks tersebut adalah terjadinya proses transaksi lelang ikan atau suatu proses menjual ikan dimuka umum dengan penawaran meningkat. Lelang adalah proses jual beli barang dengan cara menawarkan tawaran harga yang lebih tinggi dan memberikan barang tersebut kepada harga yang tertinggi. Pada dasarnya sistem ini dari pelanggan ikan suatu dengan sistem perantara (pihak TPI) dengan penawaran umum dan yang berhak mendapatkan ikan adalah para penawaran yang memenangkan hasil lelangan tersebut dengan harga tertinggi.

Dalam proses pelelangan ikan, terdapat nota-nota yang menunjang kegiatan di TPI. Nota tersebut adalah nota lelang, nota penjualan dan nota pembelian. Nota-nota tersebut berfungsi untuk memperlancar kegiatan pelelangan ikan dan juga sebagai arsip untuk merekap jumlah pemasukan yang diperoleh dari manajemen operasional pelelangan ikan.

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat tidak akan lepas dari hal perekonomian diantaranya yaitu transaksi jual beli. Kegiatan jual beli merupakan aktivitas yang menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan pokok dalam

kehidupan sehari-hari diantaranya untuk memenuhi kebutuhan sandang, papan, pangan.

Menurut Wirjono Prodjodikoro jual beli adalah suatu persetujuan dimana suatu pihak mengikat diri untuk wajib menyerahkan suatu barang dan pihak lain wajib membayar harga, yang dimufakati mereka berdua.⁴ Menurut Volmar sebagaimana dikutip oleh Suryodiningrat mengatakan bahwa jual beli adalah pihak yang satu penjual (*verkopen*) mengikatkan dirinya kepada pihak lainnya pembeli (*loper*) untuk memindah tangankan suatu benda dalam *eigendom* dengan memperoleh pembayaran dari orang yang disebut terakhir, sejumlah tertentu, berwujud uang.⁵

Jual-beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu. Islam membolehkan jual-beli dengan ketentuan jual-beli tersebut memenuhi rukun dan syarat yang telah di tentukan oleh syara' sesuai dengan firman Allah dalam Al-qur'an surah An-nisa ayat 29 yang berbunyi sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS.An-Nisa:29).*⁶

⁴Wirjono Prodjodikoro, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu* (Bandung:Sumur 1991): 17

⁵Rm Suryodiningrat, *Perikatan-Perikatanbersumber Perjanjian* (Tarsito, Bandung: Tarsito, 1996): 14

⁶Kementerian Agama Ri, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya: 65*

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membahas mengenai **“Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan di Tpi Palopo Terhadap Kepuasan Konsumen”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penulisan latar belakang di atas, maka penulis menetapkan rumusan masalah adalah apakah adapengaruh mekanisme jual beli ikan di TPI Palopo terhadap kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh mekanisme jual beli ikan di TPI Palopo terhadap kepuasan konsumen

D. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan baik mahasiswa maupun para dosen atau kalangan lainnya.
2. Penulis dapat mengetahui dan memecahkan masalah berkaitan dengan judul skripsi, Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan di TPI Palopo terhadap kepuasan konsumen.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan adalah bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, serta untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, maka peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Inayah Lutfi (2017) "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada	Kuantitatif	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan simultan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang secara parsial dan simultan. Hasil analisis uji sobel diketahui bahwa variabel kepuasan konsumen merupakan	Menggunakan analisis linier berganda, lokasi dan waktu penelitian yang berbeda	Sama-sama menggunakan metode kuantitatif

	Pelanggan PT. Bandeng Juwana Elrina Semarang) " ⁷		variabel mediasi parsial yang mampu memediasi pengaruh harga terhadap minat beli ulang dengan nilai Z sebesar 2,7835 lebih besar dari t tabel (1,9845) dan nilai p sebesar 0,0054 lebih kecil dari 0,05. ⁸		
2	Sarli Prakoter Giing (2016) yang berjudul "Raktek Jual Beli Ikan Di Pantai Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasusdi Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap)".	Kualitatif	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa praktek jual beli ikan yang dilakukan dengan talaqqiruk adalah tidak sah, yang dilarang dalam Islam. Menurut Imam Syafi'I dan Hanabilah, pennjual memiliki hak khiyar (menentukan pilihan) melanjutkan transaksi atau membatalkannya, jika tidak mengetahui harga sebelumnya dan mengetahui setelah ia tiba di pasar. Menurut Imam Malik, jual beli semacam ini adalah fasad (rusak) dan haram, karena	Menggun akan metode kualitatif, waktu dan lokasi peneitian yang berbeda	Sama-sama menganalisis mengenai praktek jual beli ikan dalam perspektif hukum islam

⁷Lutfi, Inayah. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan PT. Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Diss. Diponegoro University, 2017.

⁸Giing, Sarli Prakoter. *Praktek Jual Beli Ikan Di Pantai Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasusdi Pelabuhan Perikanan Samudera Cilacap)*. Diss. IAIN Purwokerto, 2016.

			<p>diindikasikan akan melakukan permainan harga dengan cara merekayasa penawaran yaitu mencegah masuknya barang. Menurut Hanafi, transaksi ini makruhtahrim, karena ketidakjelasan akad dan mendekati haramnya jual beli tersebut (makruh yang mendekati haram, dan berdosa jika melakukan)</p>	
3	<p>Ibnu Salman (2022) yang berjudul "Praktek jual beli ikan laut dengan sistem lelang dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah di desa Cikahuripan kecamatan Cisolok Pelabuhan Ratu".</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses penjualan ikan dengan menggunakan system lelang di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Cikahuripan Kecamatan Cisolok dengan menggunakan uang pengikat lelang, dalam praktiknya uang pengikat yang diberikan kepada nelayan oleh pihak bakul tidak sesuai dengan SOP atau aturan yang berlaku di TPI Cisolok. Nelayan melakukan praktek tersebut dikarenakan kebutuhan Operasional</p>	<p>Menggunakan metode kualitatif, waktu dan lokasi penelitian yang berbeda</p> <p>Sama-sama menganalisis mengenai praktek jual beli ikan</p>

		<p>untuk melaut, yang hasil tangkapan ikannya diberikan secara langsung kepada pihak bakul dengan berpura-berpura mengikuti lelang. Praktek jual beli lelang tersebut tidak memenuhi rukun dan syarat jual beli lelang dalam perspekif Hukum ekonomi Syariah yang seharusnya dipenuhi dan menjadi pedoman pelelangan ikan yang baik dan benar⁹</p>	
--	--	---	--

B. Landasan Teori

1. Mekanisme

Mekanisme pada dasarnya sebuah kata serapan yang berasal dari Bahasa Yunani yaitu kata “*Mechane*” yang artinya sebuah instrument, perangkat, bahan dan peralatan. Dan kata “*Merchos*” yang artinya sebuah metode, sarana dan teknis untuk menjalankan suatu fungsi.

Menurut Galileo, menyatakan bahwa, “Mekanisme yaitu bahwa semua gejala dapat dijelaskan berdasarkan asas-asas mekanik (mesin). Semua peristiwa adalah hasil dari materi yang bergerak dapat dijelaskan menurut kaidahnya. Aliran ini juga menerangkan semua peristiwa berdasar pada sebab

⁹Salman, Ibnu. *Praktek jual beli ikan laut dengan sistem lelang dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah di desa Cikahuripan kecamatan Cisolok Pelabuhan Ratu*. Diss. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022.

kerja (*efficient cause*), yang dilawankan dengan sebab tujuan (*final cause*). Alam dianggap seperti sebuah mesin yang keseluruhan fungsinya ditentukan secara otomatis oleh bagian-bagiannya. Pandangan yang bercorak mekanistik dalam kosmologi pertama kali diajukan berdasarkan atom-atom yang bergerak dalam ruang kosong.”¹⁰

Menurut Descartes menganggap bahwa, “Hakikat materi adalah (*extension*), dan gejala fisik dapat diterangkan dengan kaidah mekanik (mesin).”¹¹

Menurut Moenir menyatakan bahwa, “Mekanisme adalah suatu rangkaian kerja sebuah alat untuk menyelesaikan sebuah masalah yang berhubungan dengan proses kerja untuk mengurangi kegagalan sehingga menghasilkan hasil yang maksimal.”¹²

Mekanisme dalam bidang ekonomi adalah suatu cara kerja pasar yang didasarkan pada sistem pasar yang telah ada.¹³ Saat ini, sistem pasar bebas yang didasarkan prinsip “*Laissez Faire et Laissez le monde va de lui meme*” yang berarti “biarkan dia berbuat dan berjalan, dunia akan mengurus dirinya sendiri”.¹⁴

Dalam KBBI mekanisme adalah dunia teknik yang mempunyai arti pemakaian mesin; alat-alat dari mesin; hal kerja mesin. Secara lengkapnya, mekanisme dunia teknik digunakan untuk menerangkan teori yang sesuai

¹⁰ Surajiyo. *Dasar-dasar logika*. Jakarta: Bumi Aksara. 2018:12

¹¹ Surajiyo. *Dasar-dasar logika*. Jakarta: Bumi Aksara. 2018:12

¹² Amalia, N. F. Keefektifan Model Kooperatif Tipe Make A Match dan Model CPS Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah dan Motivasi Belajar. *Jurnal Kreano*, 4(2),2015: 53.

¹³ Anas Affandi, *Mekanisme Pasar*. (2012): 3-4.

¹⁴ Agustianto, “Mekanisme Pasar Dalam Prespektif Ekonomi Islam”, 18 september 2015 <http://www.Definisimenurutparaahli.Com>, Diakses Pada Tanggal 20 Maret 2020

dengan gejala dan prinsip yang digunakan untuk menjelaskan sistem kerja mesin tanpa bantuan intelegensi suatu sebab maupun juga prinsip kerja.¹⁵

2. Jual Beli

Jual beli dalam bahasa Indonesia berasal dari dua kata, yaitu jual dan beli. Yang dimaksud dengan jual beli adalah berdagang, berniaga, menjual dan membeli barang. Jual beli adalah menukar barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.¹⁶ Adapun secara syariat, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar keridhohan antara keduanya, atau mengalihkan kepemilikan barang dengan kompensasi (pertukaran) berdasarkan cara yang dibenarkan syariat.¹⁷

a. Dasar Hukum Jual Beli

Berdasarkan permasalahan yang dikaji menyangkut masalah hidup dan kehidupan ini, tentunya tidak terlepas dari dasar hukum yang akan kita jadikan sebagai rujukan dalam menyelesaikan permasalahan yang akan dihadapi. Jual beli sudah dikenal masyarakat sejak dahulu yaitu sejak zaman para Nabi. Sejak zaman itu jual beli dijadikan kebiasaan atau tradisi oleh masyarakat hingga saat ini. Adapun dasar hukum yang disyari'atkannya jual beli dalam Islam yaitu:¹⁸

¹⁵Ebta Setiawan, "Kamus Besar Bahasa Indonesia", Hak cipta badan pusat bahasa, Edisi III, Versi 2.8, 2012-2021 <https://www.seputarpengetahuan.ac.id>, Diakses Pada Tanggal 01 April 2021

¹⁶Sohari Sahrani, *Fiqih Muamalah* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011): 65

¹⁷Sulaiman Al-Faifi, *Ringkasan Fiqih Sunnah*, (Solo: Beirut Publishing, 2010): 763

¹⁸Abdullah Bin Muhammad, Alu Syikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 1, Kairo, Pustaka Imam 1994. hlm., 548

1) Al-Qur'an

Manusia hidup di dunia secara individu mempunyai kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi, baik itu berupa sandang, pangan papan dan lain sebagainya. kebutuhan seperti itu tidak pernah terputus dan tidak pernah terhenti selama manusia itu hidup. oleh karena itu, tidak ada satu hal pun yang lebih sempurna dalam memenuhi kebutuhan itu selain dengan cara pertukaran, yaitu dimana seorang memberikan apa yang ia miliki untuk kemudian ia memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai kebutuhan.

Jual beli ini adalah suatu perkara yang telah dikenal masyarakat sejak zaman dahulu yaitu sejak zaman para Nabi hingga saat ini. dan Allah mensyariatkan jual beli ini sebagai pemberian keluangan dan keleluasaan dari-Nya untuk hamba-hamba-Nya itu dalam surat tentang diperbolehkan jual beli ini didasarkan pada Firman Allah dalam Q.S. al-Baqarah ayat: 275

Artinya, mereka mengatakan hal tersebut (*Innam al-bai'u matsalu al-riba*) padahal sebenarnya mereka mengetahui bahwasanya terdapat perbedaan antara jual beli dan riba.

Dia maha mengetahui lagi maha bijaksana, tidak ada yang dapat menolak ketetapan-Nya dan Allah tidak dimintai pertanggungjawaban. Dialah yang maha mengetahui segala hakikat dan kemaslahatan persoalan apa yang bermanfaat bagi hamba-hamba-Nya maka dia akan membolehkannya bagi mereka. kasih sayang Allah kepada para hamba-Nya lebih besar daripada sayangnya seorang ibu kepada anak bayinya.

2) Hadits

Hadits berarti yang baru, yang tidak lama, cakap, labun, bawal, omong, cerita, nyerita, hadits.

Sedangkan hadits menurut ahli hadits, ialah: segala ucapan Nabi, segala perbuatan beliau dan segala keadaan beliau.¹⁹

Hadis yang menerangkan tentang jual beli yaitu.

عَنْ رَفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ { أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ
الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ { رَوَاهُ الْبَرَّازُ
وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Artinya : *Dari Rifa'ah bin Rafi' r.a. bahwasannya Nabi Saw pernah ditanya "pekerjaan apakah yang paling baik?" beliau menjawab, "Pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang baik". (HR. Bazzar disahkan oleh Al-Hakim).*²⁰

3) Dasar Hukum Ijma'.

Para ulama fiqih dari dahulu sampai dengan sekarang telah sepakat bahwa :

والأصل في العقود والمعاملات الصحة حتى يقوم دليل على البطلان
والتحريم

Artinya: *"Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya".*²¹

¹⁹Hasbi Ash-Shiddieqy, *Sejarah dan Pengantar Ilmu Hadits*, Bulan Bintang, Jakarta, 1974, hlm. 22

²⁰Hasbi Ash-Shiddieqy, *Sejarah dan Pengantar Ilmu Hadits*, Bulan Bintang, Jakarta, 1974, hlm. 22

²¹Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Bulughul Maram Dan Penjelasannya*, hlm., 572

Kaidah yang telah diuraikan di atas dapat dijadikan dasar atau *hujjah* dalam menetapkan hukum berbagai masalah berkenaan dengan keuangan syariah. Dari dasar hukum sebagaimana tersebut di atas bahwa jual beli itu adalah hukumnya mubah. Artinya jual beli itu diperbolehkan asal saja di dalam jual beli tersebut memenuhi ketentuan yang telah ditentukan di dalam jual beli dengan syarat-syarat yang sesuaikan dengan hukum Islam.

Kebutuhan manusia untuk mengadakan transaksi jual beli sangat urgen, dengan transaksi jual beli seseorang mampu untuk memiliki barang orang lain yang diinginkan tanpa melanggar batasan syari'at. Oleh karena itu, praktek jual beli yang dilakukan manusia semenjak masa Rasulullah saw, hingga saat ini menunjukkan bahwa umat telah sepakat akan disyariatkannya jual beli.²²

Agama Islam melindungi hak manusia dalam pemilikan harta yang dimilikinya dan memberi jalan keluar untuk masing-masing manusia untuk memiliki harta orang lain dengan jalan yang telah ditentukan, sehingga dalam Islam perinsip perdagangan yang diatur adalah kesepakatan keduabelah pihak yaitu penjual dan pembeli. Sebagaimana yang telah digariskan oleh prinsip muamalah adalah sebagai berikut.

- a) Prinsip Kerelaan.
- b) Prinsip bermanfaat.
- c) Prinsip tolong menolong.

²²Sayid Sabiq, *Fiqih Sunnah*, alih bahasa oleh Kamaluddin A. Marzuki, *Terjemah Fiqih Sunnah*, Jilid III, Al Ma'arif, Bandung, 1987, hlm., 46

d) prinsip tidak terlarang.²³

Dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli konsumen sangat mengharapkan sebuah transaksi yang bersih dan bebas dari ketidakjelasan. Oleh karena itu, sangat diutamakan kejujuran penjual dalam memberikan informasi terhadap kondisi sebuah barang yang akan dijual. Sehingga, timbul kepercayaan antara pembeli dan penjual yang pada akhirnya terjadi transaksi yang telah disepakati.

Sebagaimana biasanya dalam jual beli, penjual dan pembeli saling tawar menawar tentang harga dan barang yang diperjual belikan tawar menawar tersebut ada yang dilakukan secara langsung (berhadapan antara penjual dan calon pembeli), seperti halnya jual beli yang ada di pasar, diwarung ataupun tempat lain yang sejenis dengan itu. Selain itu tawar menawar adapun dilakukan tanpa berhadapan langsung antara penjual dan calon pembeli, misalnya melalui telepon, melalui surat ataupun melalui perantara (makelar).

Jika sudah tercapai kesepakatan antara kedua belah pihak mengenai harga dan barang yang dimaksud, maka pada saat itu telah terjadi jual beli. Itu artinya bersamaan dengan itu pula telah timbul kewajiban dan masing-masing pihak pembeli wajib membayar harga barang pada penjual, dan sebaliknya penjual wajib menyerahkan barang tersebut pada pembeli.

Selanjutnya sebagai tanda bukti bahwa pembeli sudah melaksanakan pembayaran, biasanya penjual akan menyerahkan nota atau faktur penjualan

²³ H. M. Daud Ali, *Asas-Asas Hukum Islam*, Rajawali Press, Jakarta, 1991, hlm., 144

pada pembeli. Nota ataupun faktur penjualan itu pada umumnya dibuat dalam beberapa rangkap, yang asli akan diberikan pada pembeli dan salinannya akan diambil oleh penjual untuk arsip penjualan. Khusus untuk membayar kredit, nota atau faktur penjualan yang asli baru akan diberikan atau diserahkan jika pembeli sudah melunasi harga barang yang telah disepakati tersebut. Selama pembeli tersebut belum melunasi pembayaran, ia hanya akan menerima salinan nota atau faktur penjualan.

b. Adapun syarat-syarat barang yang termasuk dalam objek jual beli adalah sebagai berikut:²⁴

- 1) Bersih barangnya, maksudnya barang yang diperjual belikan bukan benda yang dikualifikasikan kedalam benda yang kotor atau tidak layak.
- 2) Dapat dimanfaatkan, adalah barang yang diperjualbelikan harus ada manfaatnya sehingga tidak boleh memperjualbelikan barang yang tidak ada manfaatnya.
- 3) Milik orang yang melakukan kesepakatan.
- 4) Dapat diketahui kejelasan barangnya
- 5) Barang yang disepakati berada ditangan
- 6) Keadaan barang harus dapat di serah terimakan oleh kedua belah pihak.

Beberapa jual beli yang ada di masyarakat, yaitu:

- 1) Jual beli barter (tukar menukar dengan barang)
- 2) Money charger (pertukaran mata uang)
- 3) Jual beli kontan (langsung dibayar tunai)

²⁴Suhwardi K. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*.(Jakarta: Sinar Grafika. 1996):37

- 4) Jual beli dengan cara kredit
- 5) Jual beli dengan cara lelang (ditawarkan kepada masyarakat umum untuk mendapat harga tertinggi).

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِنْ عَرَفْتُمْ فَادْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

Terjemahnya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu”. (QS. Al-Baqarah 198).²⁵

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَنْفَرَقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَذَبَا وَكْتَمَا مُحِقَ بَرَكَتُهُ بَيْعِهِمَا

Terjemahnya: “Penjual dan pembeli masing-masing memiliki hak pilih (khiyar) selama keduanya belum berpisah. Bila keduanya berlaku jujur dan saling terus terang, maka keduanya akan memperoleh keberkahan dalam transaksi tersebut. Sebaliknya, bila mereka berlaku dusta dan saling menutup-nutupi, niscaya akan hilanglah keberkahan bagi mereka pada transaksi itu” (HR. Bukhari 2079 dan Muslim 1532).

Ayat-ayat Al-qur’an dan hadist-hadist yang dikemukakan di atas dapat dipahami bahwa jual beli merupakan pekerjaan yang halal dan mulia. Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya sendiri, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.

3. Mekanisme Jual Beli di Pelelangan Ikan

Pengelolaan TPI sewajarnya mengedepankan prinsip-prinsip aturan agar menjadi sumber yang potensial bagi daerah. Sebagaimana temuan lapangan bahwa retribusi jasa merupakan salah satu sumber pendapatan

²⁵Kementerian Agama Ri, *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*

daerah yang sangat penting didukung oleh organisasi agar eksis melayani kepentingan masyarakat nelayan.

Model mekanisme lelang terbagi dua yaitu:²⁶

a. Model pengadaan pelelangan ikan terintegrasi

Model ini bertahap dan terarah disuatu PP atau PPI dengan memperhatikan aspek kesiapan pelelangan dan pengintegrasian peran punggawa atau juragan.

b. Model pelelangan ikan modern dan kontinyu

Model ini bertahap dan terarah dengan memperhatikan peningkatan modernisasi aspek kesiapan dan kontinuitas pelelangan. Fungsi pokok tempat pelelangan ikan (TPI) secara spesifik sebagai prasarana pendukung aktifitas nelayan untuk melakukan kegiatan pengangkapang ikan dilaut, penanganan dan pengelolaan hasil tangkapan ikan dan pemasaran bagi ikan hasil tangkapannya serta sebagai tempat untuk melakukan pengawasan kapal ikan. Berdasarkan fungsi itu, maka tujuan dan sasaran yang hendak dicapai oleh TPI ini diharapkan produktivitas penjualan hasil tangkapan nelayan akan meningkat.

Rukun dan Syarat Sah Jual Beli Menurut Hukum Islam

Rukun merupakan suatu keharusan yang terjadi pada saat berlangsungnya akad. Menurut fuqaha “rukun itu berarti apa yang merupakan unsur asasi wujudnya sesuatu dan menjadi esensinya”.²⁷ Yang pokok dalam

²⁶ Devi Sudirman, *Model Pelelangan Ikan Optimal di Pelabuhan Perikanan Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Nelayan*, (2018): 42

²⁷Pradja, Juhaya S. *Ekonomi Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.2012,111

rukun akad jual beli ini adalah ijab-qabul. benda yang tidak terdaftar, baik benda bergerak maupun benda yang tidak bergerak, dan hak yang mempunyai nilai ekonomis. Kesepakatan. Dalam kesepakatan dapat dilakukan secara lisan, tertulis maupun isyarat sesuai dengan permintaan dan kesepakatan para pihak yang akan melangsungkan akad. Dalam hal ini, terdapat dua bentuk akad:²⁸

- a. Akad dengan berkata-kata, dinamakan juga dengan ijab kabul. Ijab, yaitu kata-kata yang diucapkan terlebih dahulu. Sedangkan Kabul, yaitu kata-kata yang diucapkan kemudian setelah ijab.
- b. Akad dengan perbuatan, dinamakan juga dengan mu'athah, yaitu pembeli memberikan uang kepada penjual dan langsung mengambil barang yang diinginkan tanpa mengucapkan kata-kata antara dua belah pihak ini. Pengertian syarat dalam akad ini berkaitan dengan ijab-qabul, dengan pelaku dan objek dari transaksi itu, yaitu barang yang diperjualbelikan yang dilakukan dengan sadar dan sengaja oleh orang yang telah sempurna akalnya dan sudah mencapai usia yang mampu membedakan. Artinya akad ini tidak boleh dilakukan oleh orang gila atau anak-anak yang belum mumayyiz.⁷³ Mummayyiz yaitu seorang anak yang telah mencapai usia 7 (tujuh) tahun hingga menjelang masa baligh dan dapat membedakan sesuatu yang bermanfaat dan sesuatu yang dapat membahayakan bagi dirinya. Sedangkan baligh yaitu telah sampai usia

²⁸ Lihat Pasal 1 angka 9 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

seorang anak pada tahap kedewasaannya dan dapat mempertanggungjawabkan segala perbuatan yang dilakukan

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, mekanisme dalam jual beli antara lain:

- a. Pihak-pihak yang berakad (Pelaku/Penjual). Pihak-pihak yang terkait dalam akad jual beli terdiri atas penjual, pembeli dan pihak lain yang dilibatkan dalam akad jual beli tersebut.
- b. Objek akad/ benda yang di perjual belikan adalah benda atau jasa yang dihalalkan untuk kebutuhan masing-masing pihak. Benda yang dimaksud disebut dengan Amwal yaitu benda yang dapat dimiliki, dikuasai, diusahakan dan didalihkan, baik benda berwujud maupun benda tidak berwujud, baik benda terdaftar maupun
- c. Proses Jual beli. Proses jual beli atau kesepakatan dalam proses jual beli dapat dilakukan secara lisan, tertulis maupun isyarat sesuai dengan permintaan dan kesepakatan para pihak yang akan melangsungkan akad. Dalam hal ini terdapat dua bentuk akad.²⁹

Fungsi pokok tempat pelelangan ikan (TPI) secara spesifik sebagai prasarana pendukung aktifitas nelayan untuk melakukan kegiatan pengangkap ikan dilaut, penanganan dan pengelolaan hasil tangkapan ikan dan pemasaran bagi ikan hasil tangkapannya serta sebagai tempat untuk melakukan pengawasan kapal ikan. Berdasarkan fungsi itu, maka tujuan dan

²⁹Intan Mukarromah Mustikawati, *Ketidaksesuaian Objek Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Pandangan Hukum Islam*, 2019.

sasaran yang hendak dicapai oleh TPI ini diharapkan produktivitas penjualan hasil tangkapan nelayan akan meningkat.

Tempat pelelangan ikan sebagai sarana satukesatuan dari wilayah perairan, juga wilayah daratan dan sarana-sarana yang ada di basisi penangkapan, baik alamiah maupun buatan. Selain itu, TPI merupakan pusat pengembangan ekonomi perikanan baik dilihat dari aspek produktif, pengelolaan maupun pemasarannya. Keberadaan tempat pelelangan ikan dapat mmberikan kontribusi untuk meningkatkan produksi ikan, pemasukan devisi, membuka lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan, peningkatan penyediaan ikan segar dan peningkatan pendapatan pemerintah local. Selain itu, pelabuhan perikanan juga mempunyai peranan penting dengan segala fasilitasnya sebagai penunjang bagi nelayan.

TPI sebagai pusat pembongkaran dan tempat transaksi hasil tangkapan. Selain itu, tempat pelelangan ikan merupakan pusat pengembangan ekonomi perikanan ditinjau dari aspek produksi, pengelolaan, dan pemasaran, baik berskala local, nasional, maupun internasional. Ketersediaan sarana merupakan tanggung jawab pemerintah daerah.³⁰

4. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian

Kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu “satis” yang berarti cukup baik atau memadai dan “facio” berarti melakukan atau membuat. kepuasan

³⁰Suwaib Amiruddin, *Retribusi Tempat Pelelangan Ikan Sebagai Sarana Pelayanan Public*, (Prodi Ilmu Administrasi Negara Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Vol 30 No. 2, 2014): 254

pelanggan merupakan evaluasi terhadap surprise yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan atau pengalaman konsumsi dengan merumuskan kepuasan pelanggan sebagai hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan antara reward dan biasa pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya.³¹

Day mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian evaluatif purnabeli spesifik. Tse & Wilton mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui

³¹Tjiptono, *Kepuasan Konsumen*, (2014): 353

pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Bagi kehidupan perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pelayanan pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.³²

Menurut Philip Kotler, konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.³³

b. Elemen Kepuasan Konsumen³⁴

1. Harapan

³²Umar, *Kepuasan Konsumen*, (2006): 36

³³Philip Khotler, *Kepuasan Konsumen*, (2013): 35

³⁴Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen-Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), 322.

Pemahaman mengenai kepuasan konsumen di bangun selama fase prapembelian melalui proses pengambilan keputusan yang di lakukan oleh konsumen. Sebelum melakukan pembelian konsumen mengembangkan pengharapan atau keyakinan mengenai apa yang telah mereka harapkan dari suatu produk ketika mereka menggunakan suatu produk tersebut.

2. Perbuatan (*Performance*)

Selama mengkonsumsi suatu produk, konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

3. Perbandingan (*Comparison*)

Setelah mengkonsumsi, terdapat adanya harapan prapembelian dan persepsi kinerja aktual yang pada akhirnya konsumen akan membandingkan keduanya.

4. Penegasan (*Confirmation/Disconfirmation*)

Hasil dari perbandingan tersebut akan menghasilkan *confirmation of expectation*, yaitu ketika harapan dan kinerja berada pada level yang sama atau akan menghasilkan *disconfirmation of expectation*, yaitu jika kinerja aktual lebih baik atau kurang dari yang di harapkan.

5. Ketidaksesuaian (*Discrepancy*)

Jika level kinerja tidak sama, *discrepancy* mengidentifikasi bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. Untuk *negative disconfirmations*, yaitu ketika kinerja aktual berada di bawah level harapan,

kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan.

c . Tipe-tipe Kepuasan Konsumen

Arnould, Price & Zinkhan menyatakan bahwa tipe-tipe kepuasan konsumen terdiri dari: ³⁵

1. Kepuasan sebagai *contentment*. *Contentment* merupakan respon yang pasif. Pada tipe ini, ketika konsumen di tanya seberapa puas mereka terhadap suatu produk atau jasa, mereka biasanya tidak begitu memikirkannya atau mereka tidak begitu terlibat di dalamnya. Respon kepuasan dapat juga di hubungkan dengan keterlibatan yang lebih tinggi pada suatu produk atau jasa yang selalu stabil di setiap waktu.
2. Kepuasan sebaga *pleasur*. Pada tipe ini konsumen terlibat secara aktif dalam proses penampilan barang atau jasa, di mana tipe ini berlawanan dengan tipe *contentment*.
3. Kepuasan sebagai *delight*. Terkadang, penampilan produk atau jasa menyebabkan timbulnya kesenangan yang di sebut dengan *delight*. Pada tipe ini, *delight* respon merupakan respon positif dari suatu kejadian atau hasil di mana konsumen tidak mengharapkannya.
4. Kepuasan sebagai *relief*.
5. Kepuasan sebagai *ambivalence*. Pada tipe ini merupakan respon untuk menunjukkan, menolong konsumen menginterpretasikan harapan dan

³⁵ Price Arnould& Zinkhan, *Consumers* (NewYork: McGraw-Hill, 2002).

hasil dan mengatur asimilasi dan efek yang berlawanan menjadi hal yang penting.

d. Strategi Kepuasan Konsumen

Menurut Fandy Tjiptono, menjelaskan bahwa strategi kepuasan konsumen ada 2 (dua) macam, yaitu :³⁶

1. Strategi Ofensif adalah strategi yang terdiri dari 3 (tiga) orientasi utama yaitu:

a) Menambah jumlah pemakai baru ada tiga cara pokok untuk mendapatkan pelanggan baru yaitu menarik kelompok penarik non-pemakai pelanggan baru, merebut pelanggan pesaing, dan menarik kembali mantan pelanggan.

b) Memperluas pasar yang di layani mencerminkan lingkup produk yang di tawarkan sebuah perusahaan dan jaringan distribusinya. Dengan demikian, strategi ini bisa di wujudkan melalui perluasan jaringan distribusi dan perluasan lini produk.

c) Mencari aplikasi baru yang bersangkutan dalam strategi ini di wujudkan dengan mendemonstrasikan atau mempromosikan manfaat baru sebuah produk yang sudah ada kepada pasar (konsumen) baru.

2. Strategi Defensif adalah strategi yang terdiri dari 3 (tiga) orientasi utama yaitu:

³⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3 (Yogyakarta: Andi, 2008), 38-39.

- a) Menaikkan tingkat pembelian atau pemakaian dalam rangka menaikkan pembelian, perusahaan perlu mengarahkan strategi pemasarannya pada upaya meningkatkan kesediaan konsumen untuk membeli lebih sering (*more often*) dan/atau dalam volume pembelian yang lebih banyak (*more volume*).
- b) Meningkatkan kepuasan pelanggan sudah banyak riset akademis dan praktis yang mengungkapkan bahwa biaya merebut pelanggan baru.
- c) Mencari aplikasi baru produk yang bersangkutan, strategi ini di wujudkan dengan mendemonstrasikan atau mempromosikan manfaat baru sebuah produk yang sudah ada kepada pasar (konsumen) saat ini (*existing customers*).

e. Manfaat Kepuasan Konsumen

Setiap konsumen atau pengguna jasa perusahaan perlu di perhatikan kebutuhannya. Pemenuhan kebutuhan tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen atau pengguna jasa tersebut sehingga akan memberikan manfaat bagi perusahaan.

Menurut Wiyanto, menyatakan bahwa: kepuasan konsumen memberikan beberapa manfaat, antara lain:³⁷

1. Meningkatkan jumlah konsumen.
2. Memperbaiki citra perusahaan.
3. Mendorong terciptanya loyalitas konsumen.
4. Terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen.

³⁷ Helisia Krisdayanti. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang". Skripsi tidak diterbitkan. Palembang: Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2017

f. Indikator Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen memiliki lima konsep inti yaitu sebagai berikut:³⁸

1) Dimensi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan diukur dengan empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan pesaing berdasarkan item yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.

2) Konfirmasi Harapan (confirmation of expectations)

Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk atau jasa perusahaan.

3) Niat beli ulang (repurchase intention)

Dalam konsep ini, caranya adalah dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

4) Kesiediaan untuk merekomendasi (willingness to recommend)

Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan

³⁸Tjiptono, *Pengukuran Kepuasan Konsumen*,(2014): 368-369

ditindaklanjuti dalam kasus pembelian produk/jasa yang pembelian ulangnya relatif lama.

c. Metode pengukuran kepuasan konsumen

untuk mengukur kepuasan pelanggan ada empat metode yaitu sebagai berikut:³⁹

1) Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan hendaknya member kesempatan kepada pelanggannya untuk menyampaikan keluhan, kritik dan saran kepada perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai media seperti kotak saran, telepon layanan konsumen, dan kartu komentar. Dari informasi tersebut, perusahaan dapat dengan cepat memperbaiki masalah-masalah yang ada sehingga tidak lagi mengganggu kenyamanan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan.

2) *Ghost* atau *mystery shopping*

Ghost atau *mystery shopping* dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shoppers*) untuk berperan menjadi pelanggan potensial perusahaan dan pesaing. Tujuannya untuk menggali informasi mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri dan perusahaan pesaing. Selain itu tugas *ghost shoppers* juga untuk mengetahui secara langsung bagaimana kinerja karyawan.

3) *Lost customer analysis*

³⁹Tjiptono, *Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen*, (Kotler Dan Keller, 2014): 369-370

Perusahaan seyogyanya menghubungi dan menanyakan kepada pelanggan yang telah berhenti membeli produk atau jasa dan beralih kepada pesaing, agar perusahaan dalam mengetahui permasalahan dan dapat segera memperbaikinya.

4) Survei kepuasan pelanggan

Sebagian besar perusahaan melakukan penelitian melalui survei untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dengan metode ini, perusahaan dapat memperoleh tanggapan dan umpan balik dari pelanggan.

Berikut ini adalah beberapa cara untuk memaksimalkan kepuasan konsumen, yaitu:⁴⁰

- a) Menurunkan harga atau meningkatkan pelayanan
- b) Memperbaiki produksinya atau menanam modal lebih banyak dipenelitian dan dipengembangan.

Faktor-faktor pendorong kepuasan kepada pelanggan, yaitu : ⁴¹

a. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik.

b. Harga

Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.

⁴⁰M. Mursid . *Manajemen Pemasaran*.(Jakarta: Pt. Bumi Aksara. 2006):26

⁴¹Andi Irawan. *Faktor-Faktor Yang Mendorong Kepuasan Pelanggan*. (Universitas Medan Area, 2004): 7-8.

c. Kualitas Jasa

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan.

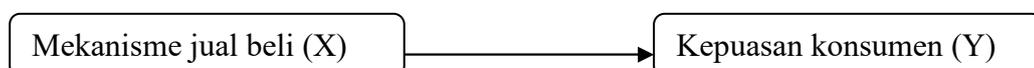
d. Emotional factor

Kepuasannya bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.

Secara operasional, yang peneliti maksud dengan “Pengaruh mekanisme jual beli ikan di TPI palopo terhadap kepuasan konsumen” ialah bagaimana cara para pelelang ikan bisa mendapatkan ikan-ikan segar dan dapat menjualnya kepada masyarakat dengan pelayanan yang baik dan dapat membuat para konsumen merasa puas atas pelayanan yang dilakukan para produsen.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dibuat untuk mempermudah proses penelitian karena mencakup tujuan dari penelitian itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan di TPI Palopo Terhadap Kepuasan Konsumen.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hopotesis ialah jawaban terhadap dugaan sementara peneliti yang dituangkan di rumusan masalah yang dibuat, dalam penulisan rumusan masalah biasanya terbentuk dalam sebuah pertanyaan dari judul skripsi yang akan diteliti. Dikatakan dugaan sementara sebab semua hasil atau jawaban dapat dikaitkan dengan teori relevan, dan belum di dasarkan dengan data asli yang ada di lapangan sesuai dengan metode pengambilannya. Sehingga hipotesis bisa diartikan sebagai jawaban sementara mengenai ide yang sudah ada sesuai dengan rumusan masalah yang ingin diteliti dan sementara belum memiliki hasil jawaban yang sesuai. Untuk melihat apakah mekanisme jual beli ikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka dibuatkan sebuah pertanyaan seperti dibawah ini:

H_0 : Mekanisme jual beli ikan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H_1 : Mekanisme jual beli ikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang dipilih oleh peneliti dalam penyusunan skripsi. Menurut Sugiono adalah menjelaskan bahwa analisis kuantitatif ialah analisis yang berhubungan dengan angka dan disesuaikan dengan rumus yang telah ditentukan berdasarkan teori yang telah ditetapkan. Hal tersebut dilakukan untuk menguji suatu kebenaran dari data, teori dan hipotesis.⁴² Dengan menggunakan pendekatan kauntitatif, peneliti menentukan hubungan antara variabel dalam populasi yang diukur hanya berlangsung sekali.

B. Lokasi dan waktu Penelitian

1. Lokasi

Dalam penelitian ini lokasi penelitian yang dipilih adalah Tempat Pelelangan Ikan yang berada di Kota Palopo.

2. Waktu

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah selama 1 bulan, yaitu mulai Maret 2022 sampai April 2022.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional peneliti ini terdiri atas dua variabel yaitu variabel independen dan varibel dependen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan variabel dependen adalah variabel

⁴²Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif R&D* Bandung: Alfabeta

yang dipengaruhi dengan adanya variabel independen tersebut. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengaruh mekanisme jual beli ikan di TPI palopo (X) sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y).

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1	Mekanisme Jual Beli (X)	Mekanisme dalam bidang ekonomi adalah suatu cara kerja pasar yang didasarkan pada sistem lelang yang telah ada. ⁴³ Jual beli adalah menukar barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan. ⁴⁴	1. Pelaku/Penjual 2. Objek yang di perjual belikan 3. Proses Jual beli
2	Kepuasan Konsumen (Y)	kepuasan konsumen merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. ⁴⁵	1. Dimensi Kepuasan Pelanggan 2. Konfirmasi Harapan 3. Niat Beli Ulang 4. Kesiapan Untuk Merekomendasikan ⁴⁶

D. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang melakukan kegiatan jual beli di TPI kota palopo. Metode dalam pengambilan sampel adalah *Teknik Nonprobability Sampling* dengan cara menggunakan rumus Stanley

⁴³Anas Affandi, *Mekanisme Pasar*. (2012): 3-4.

⁴⁴Sohari Sahrani, *Fiqih Muamalah* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011): 65

⁴⁵Umar, *Kepuasan Konsumen*, (2006): 36

⁴⁶Tjiptono, *Pengukuran Kepuasan Konsumen*, (2014): 368-369

Lemeshow. Penelitian ini menggunakan Teknik Nonprobability Sampling karena jumlah populasi itu tidak diketahui secara pasti. Adapun rumus dari Stanley Lemeshow ialah sebagai berikut:

$$s = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

s= sampel

z= skor z pada kepercayaan 95%= 1,96

p= maksimal estimasi= 0,1

d= sampling error = 10%: 2= 0,05

$$\begin{aligned} s &= \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-p)}{d^2} \\ &= \frac{1,96^2 \cdot 0,1 \cdot (1-0,1)}{0,05^2} \\ &= \frac{3,84 \cdot 0,1 \cdot (0,9)}{0,0025} \\ &= \frac{3,84 \cdot 0,09}{0,0025} \\ &= \frac{0,3456}{0,0025} \\ &= 138,25 \\ &= 138 \end{aligned}$$

Sehingga dari rumus dan perhitungan yang telah digunakan menghasilkan sampel sebanyak 138 populasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui pembagian kuesioner/angket secara online kepada responden. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah para konsumen di Tempat Pelelangan Ikan Kota Palopo sebanyak 138 orang.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner / angket kepada para responden. Angket (kuesioner) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk jawabannya. Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pertanyaan dalam kuesioner dimana responden tinggal memilih jawaban dari alternatif-alternatif jawaban yang telah disediakan. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data tentang minat mahasiswa. Pertanyaan dalam angket disajikan dalam bentuk skala likert yang disesuaikan dengan kriteria alternatif jawaban berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5 (Rentang nilai 81 - 100)
- b. Setuju (S) dengan skor 4 (Rentang nilai 61 - 80)
- c. Ragu - Ragu (RG) dengan skor 3 (Rentang nilai 41 – 60)
- d. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2 (Rentang nilai 21-40)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1 (Rentang nilai 0-20)

Tabel 3.2 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian

Mekanisme Jual Beli Ikan (X)

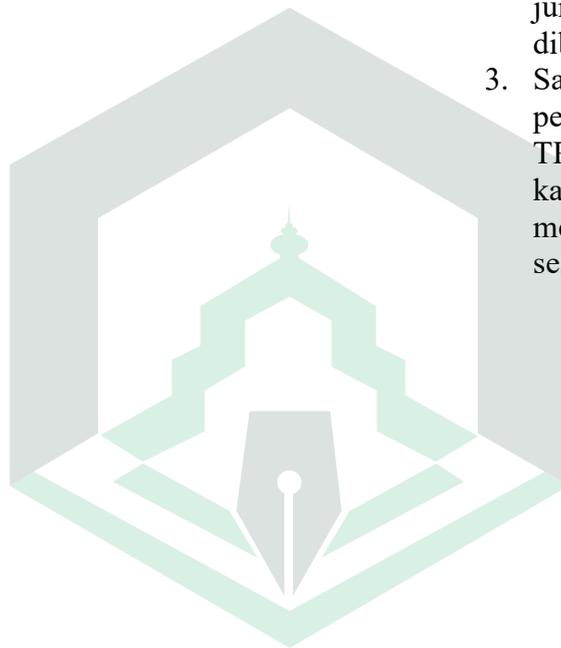
VARIABEL	INDIKATOR	PERNYATAAN
Mekanisme Jual Beli Ikan	1. Pelaku/Penjual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjual menggunakan bahasa yang sopan saat berbicara dengan pembeli 2. Penjual melayani pembeli dengan ramah 3. Penjual melayani pembeli sesuai dengan antrian 4. Penjual senantiasa mengucapkan terimakasih setelah melakukan transaksi dengan pembeli
	2. Objek yang di perjualbelikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ikan yang di perjual belikan di TPI kota Palopo masih sangat fresh 2. Ikan yang di perjual belikan di TPI kota Palopo cukup beragam jenisnya 3. Harga yang di ditawarkan di TPI Kota Palopo relatif murah. Hal ini di sesuaikan dengan ukuran dan jenis ikan
	3. Proses Jual beli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjual tidak pernah mengurangi timbangan/ ukuran/ jumlahikan yang dibeli. 2. Harga ikan yang ditawarkan pantas dan layak sesuai dengan kualitasnya. 3. Penjual tidak pernah menawarkan ikan dengan harga berbeda kepada semua konsumen. 4. Proses jual beli ikan tidak mengalami penumpukan pembeli dan relatif cepat

Kepuasan Konsumen (Y)

VARIABEL	INDIKATOR	PERNYATAAN
Kepuasan Konsumen	1. Dimensi Kepuasan Pelanggan	1. Saya merasa puas membeli ikan di TPI Kota Palopo Karena penjual menggunakan bahasa yang sopan saat berinteraksi dengan pembeli
		2. Saya merasa puas berbelanja ikan di TPI Kota Palopo karena kondisi ikan yang di jual masih sangat fresh
		3. Saya merasa puas membeli ikan di TPI Kota Palopo karena harga yang terjangkau di dibandingkan di pasar
	2. Konfirmasi Harapan	1. Penetapan harga ikan yang di jual di TPI Kota Palopo sesuai dengan kualitas ikan yang di tawarkan
		2. Transaksi jual beli ikan di TPI Kota Palopo tidak mengalami penumpukan berlebih
		3. Ikan yang di perjualbelikan di TPI kota Palopo lebih bervariasi baik dari segi jenis ikan dan juga ukuran ikan

3. Niat Beli Ulang

1. Saya akan terus membeli ikan di TPI kota Palopo karena pelayanan yang ramah dari penjual ikan di TPI kota Palopo
2. Saya akan melakukan pembelian berjangka panjang di TPI kota palopo karena penjual tidak pernah mengurangi timbangan/ ukuran/ jumlah yang dibeli
3. Saya akan melakukan pembelian ulang di TPI kota palopo karena penjual melayani pembeli sesuai dengan antiran



4. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan

1. Saya akan merekomendasikan pembelian ikan di TPI Kota Palopo kepada teman dekat dan keluarga saya, karena ikan yang di tawarkan memiliki kualitas yang berbeda dengan tempat lain
2. Saya akan merkomendasikan pembelian ikan di TPI Kota Palopo kepada teman dekat dan keluarga saya, karena penjual senantiasa jujur akan kondisi ikan yang di jual
3. Saya akan merekomendasikan pembelian ikan di TPI Kota Palopo kepada teman dekat dan keluarga saya karena penjual tidak pernah menawarkan ikan dengan harga berbeda kepada semua konsumen.



G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid, maka perlu diuji dengan uji korelasi antar skor (nilai) tiap-tiap butir

pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut.⁴⁷ Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel. Pernyataan atau instrumen dalam kuesioner baru dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas selengkapnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X

Mekanisme Jual Beli Ikan (X)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1	0,601		VALID
X2	0,417		VALID
X3	0,762		VALID
X4	0,653		VALID
X5	0,587		VALID
X6	0,409	0,1672	VALID
X7	0,678		VALID
X8	0,752		VALID
X9	0,621		VALID
X10	0,633		VALID
X11	0,642		VALID

Sumber : Data diolah SPSS(2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrumen variabel mekanisme jual beli ikan (X) nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel,

⁴⁷Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.2017,121

dan hasilnya menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga hasilnya adalah valid.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Kepuasan Konsumen (Y)	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0,663		VALID
Y2	0,550		VALID
Y3	0,656		VALID
Y4	0,681		VALID
Y5	0,668		VALID
Y6	0,353	0,1672	VALID
Y7	0,681		VALID
Y8	0,690		VALID
Y9	0,754		VALID
Y10	0,727		VALID
Y11	0,738		VALID
Y12	0,778		VALID

Sumber : Data diolah SPSS(2022)

Selanjutnya berdasarkan tabel 3.4 secara keseluruhan item pertanyaan atau instrumen pada variabel kepuasan konsumen (Y) menunjukkan bahwa nilai yang didapatkan pada pernyataan 1 hingga pernyataan 12 adalah valid, hal ini dikarenakan r hitung lebih besar dibandingkan r tabel yaitu sebesar 0,1672.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan

reliabel jika nilai *coefficients cronbach's alpha* > 0,60⁴⁸ Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Mekanisme Jual Beli Ikan (X)	0,60	0,819	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,60	0,885	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS (2021)

Pada tabel 3.5 menjelaskan bahwa nilai *cronbach alpha* variabel mekanisme jual beli ikan (X) yaitu sebesar 0,819 dan nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,885. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel > 0,60. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator baik dari variabel X dan variabel Y merupakan alat ukur yang reliabel dan handal.

H. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier sederhana dengan bantuan *software* SPSS statistics, Metode-metode yang

⁴⁸Sunyoto Danang. *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010, 36.

digunakan yaitu uji asumsi klasik, analisis linear sederhana, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada pada penelitian dengan model regresi. Model regresi harus terbebas dari asumsi klasik yang terdiri dari normalitas dan heteroskedastisitas

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah jika distribusi datanya normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal P-P Plot dan Kolmogorov Smirnov. Grafik histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.⁴⁹ Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana ini dilakukan untuk menguji pengaruh mekanisme jual beli ikan terhadap kepuasan konsumen, adapun persamaannya adalah:

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y : variabel kepuasan konsumen

a : konstanta

X: variabel mekanisme jual beli ikan

3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-

⁴⁹J.Supranto,*Statistik Teori dan Aplikasi* Edisi ke-7, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009).80.

fakta empiris.⁵⁰ Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Hipotesis dikategorikan menjadi dua yaitu :

- a. Hipotesis nol (H_0) yaitu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.
- b. Hipotesis alternatif (H_1) yaitu hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

a. Uji t

Uji statistik t atau uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Membandingkan nilai statistik dengan titik kritis menurut table. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding t tabel, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, (t-test) hasil perhitungan atau t_{hitung} ini selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel} dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05 (5%) . Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai $sig > \alpha$
- 2) H_1 ditolak jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai $sig < \alpha$

⁵⁰Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.2017,123.

Bila terjadi penerimaan H_0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan. Rancangan pengujian parsial ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) yaitu mekanisme jual beli ikan, terhadap kepuasan konsumen (Y).

4. Uji Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen cukup terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya.⁵¹

⁵¹Sugiyono *Op. Cit.*,123

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Letak Geografis Tempat Pelelangan Ikan

Kota Palopo merupakan wilayah yang secara geografis yang berada pada letak antara $2^{\circ}53'15''$ Lintang Selatan dan $3^{\circ}04'08''$ Lintang Selaan dan $120^{\circ}03'10''$ Bujur Timur dan $120^{\circ}14'$ Bujur Timur. Kota Palopo berbatasan dengan Kecamatan Walerang Kabupaten Luwu di sebelah Utara, Berbatasan dengan Teluk Bone di sebelah Timur, berbatasan dengan kecamatan Bua Kabupaten Luwu di sebelah Selatan, dan berbatasan dengan Kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Toraja Utara di sebelah Barat.

Luas wilayah Kota Palopo $247,52\text{Km}^2$ terbagi atas 9 kecamatan dan 48 kelurahan, geografi wilayahnya mencakup pesisir di bagian Timur dan pegunungan di bagian Barat, serta daratan rendah yang memanjang dari utara hingga selatan dengan 6 aliran sungai.

Kota Palopo berbatasan dengan Teluk Bone yang merupakan perairan potensial di perairan Timur Indonesia, di perairan ini nelayan mampu memanfaatkan berbagai teknologi alat tangkap dalam melakukan penangkapan ikan. Dibanding Perairan Laut Selat Makassar dan Laur Flores, perairan teluk Bone dikategorikan sebagai perairan perairan yang tertutup.

b. Pemanfaatan Teluk

Teluk Bone berada di sisi Timur Kota Palopo yang merupakan bagian pesisir dimana Kecamatan Wara Timur terletak, ini menjadikan Kecamatan Wara Timur salah satu wilayah yang masyarakatnya memanfaatkan laut sebagai sumber mata pencaharian dengan menjadi nelayan. Sektor perikanan memberi kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan nelayan dalam hal ini perikanan dianggap sebagai salah satu Sumber Daya Alam (SDA) yang memiliki peran penting dalam pembangunan perekonomian daerah maupun nasional terutama meningkatkan kesempatan kerja di sektor perikanan ini juga di dukung dengan tersedianya Tempat Pelelangan Ikan Ponjalae (TPI)/Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI).

Keadaan perikanan tangkap di beberapa wilayah pantai masih ada yang belum optimal, hal ini karena pengaruh modal serta keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan tentang pengelolaan yang baik. Sumber daya perikanan tangkap berpotensi untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan nelayan. Banyak nelayan yang berada pada kondisi ekonomi kurang baik karena tidak bisa meningkatkan hasil tangkapan sehingga produktivitas tidak meningkat produktivitas menjadi tolak ukur tingkat kesejahteraan nelayan sebab semakin meningkat jumlah produksi nelayan maka besar kemungkinan kesejahteraan nelayan meningkat.

c. Distribusi dan pengembangan Perikanan

Salah satu bentuk pengembangan perikanan di Kota Palopo adalah TPI (Tempat Pelelangan Ikan) atau biasa juga disebut Tempat Pemasaran Ikan. TPI merupakan suatu oasa yang berada di dalam pelabuhan untuk memasarkan hasil-hasil tangkapan para nelayan yang dilakukan secara lelang atau jual langsung. TPI di Kota Palopo terletak pada Jl. H. Abd Dg Mappuji yang mulai didirikan pada tahun 1994. Luas TPI ini kurang lebih 4 hektar dari keseluruhan TPU dan gedung kantor, TPI Kota Palopo berada satu tempat dengan PPI (Pelabuhan Pendaratan Ikan).

Berdasarkan dari data yang di dapatkan dari Dinas Perikanan Kota Palopo, hasil produk perikanan pada tahun 2018 sebesar 18,387,5 ton dari 60 jenis ikan termasuk udang dan kepiting. Hasil tangkapan atau produk ini kemudian didistribusikan ke sector-sector daerah yang berada di Kota Palopo, bahkan sampai didistribusikan ke wilayah yang berada di luar Kota Palopo seperti Tana Toraja dan terkadang pula beberapa jenis hasil tangkapan akan di kirim ke Makassar contohnya udang dan kepiting.

Tata kelola yang terjadi di TPI Kota Palopo terbilang sangat rapi dan teorganisir, Pemkot telah memberikan perhatian lebih terhadap pengelolaan TPI. Hal tersebut dapat di tinjau pada Peraturan Walikota Palopo Nomor 9 Tahun 2017 Tentang pembentukan dan tata kerja unit pelaksanaan teknis tempat penjualan ikan dinas perikanan.

Unit pelaksana teknis yang bertempat pada penjualan ikan (UPT TPI) berkantor di dalam wilayah TPI itu sendiri dengan jumlah staf 7 orang yang

dipimpin oleh Bapak Irwan Ysin, SE. Pihak UPT TPI tidak mengambil alih. UPT TPI hanya menjalankan tugas dalam menupayakan sarana dan fasilitas dalam kegiatan masyarakat.

Proses penangkapan ikan di Indonesia memiliki beberapa metode. Metode inilah yang kemudai mengkalifikasikan jenis-jenis nelayan yang ada pada TPI. Sama hal dengan daerah-daerah lainnya di Indonesia. Pada Kota Palopo sendiri ada beberapa karakteristik nealatan yang dikalifikasikan berdasarkan metode penangkapannya.

1) Nelayan Pa'bagang

Pa'bagang merupakan nelayan yang menangkap ikan secara berkelompok dengan menggunakan alat tangkap yang disebut oleh masyarakat sebagai bagang. Adapun jenis-jenis pa'bagang antara lain:

a) Bagang apung

Bagang apung adalah suatu metode menangkap ikan dengan menggunakan jaring yang berada di masing- masing sisi perahu nelayan yang sekilas terlihat terapung. Hal inilah kemudian mengapa dinamakan bagang terapung. Ikan tangkapan yang biasanya ditangkap oleh bagang ini adalah jenis komoditi ikan yang memiliki ukuran yang cenderung besar seperti ikan yang biasa disebut oleh masyarakat sekitar yaitu ikan carede, lajang, dan lainnya.

b) Bagang tangkap

Bagang tancap adalah suatu cara untuk menangkap ikan yang berbeda dengan bagang apung. Jika bagang apung jaring menjadi suatu kesatuan

dengan kapal maka pada bagang tancap jaring berada disuatu tempat ditengah laut yang ditancapkan atau ditanamkan sehingga bagang tersebut tidak bisa berpindahpindah. Jadi nelayan tiap harinya akan mengecek bagang tancap mereka tiap subuh hari di tengah laut. Ikan tangkapan bagang tancap ada beragam jenis komoditi, komoditi yang paling banyak ditangkap merupakan jenis komoditi ikan kecil seperti ikan teri dan ikan kecil lainnya.

2) Nelayan Puka

Nelayan puka adalah nelayan yang menangkap ikan menggunakan alat yang disebut puka. Puka ini biasanya dibuat sendiri oleh nelayan, alat ini sejenis jaring yang dibentangkan di laut secara melintang. Hasil tangkapan dari alat ini adalah ikan dari berbagai jenis. Nelayan puka melaut menggunakan perahu sendiri dan biasanya dalam melaut terdiri dari 1-2 orang. Dalam hal penjualan, nelayan membawa hasil tangkapannya ke TPI kemudian setelah di TPI akan diberikan kepada paccatu untuk dijual kepada pedagang ecer. Setelah tangkapan terjual maka paccatu akan memperoleh bagian dari hasil penjualan sesuai dengan kesepakatan diantara mereka.

3) Nelayan Tambak/Empang

Nelayan Empang adalah nelayan yang mengembangbiakkan ikan di dalam empang yang kemudian pada beberapa periode waktu tertentu nelayan akan memanen ikan tersebut. Jenis ikan yang sering dikembang biakkan adalah jenis ikan bandeng. Jadi di TPI tidak hanya ikan hasil tangkapan laut tapi juga terdapat proses jual beli ikan empang. Ikan bandeng akan dijual oleh nelayan kepada para pedagang ikan (pedagang besar), pedagang tersebut akan

membeli dalam skala besar hingga puluhan kilogram kemudian didistribusikan ke luar Palopo seperti Kota Makassar. Selain itu, ikan juga dibeli oleh pedagang ecer baik itu paggandeng maupun penjual ikan di pasar.

d. Data Pelaku Usaha Pemasar di TPI Palopo Tahun 2021

Berdasarkan data dari dinas perikanan kora Palopo, berikut tabel data pelaku usaha pemasar di TPI Palopo tahun 2021

Tabel 4.1 Data Pelaku Usaha Pemasar di TPI Palopo Tahun 2021

No	Jenis Usaha	Jumlah
1	Penjual Ikan	282 Orang
2	Penjual Sayur	20 Orang
3	Penjual Parang	1 Orang
4	Nelayan	4 Orang
5	Penjual Makanan	1 Orang
Total Jumlah		307 Orang

Partisipasi Masyarakat :

- 1) Pengguna pelataran perhari : Rata-rata 80-130 orang
- 2) Pengunjung Perhari : Rata-rata 550-600 orang
- 3) Pengguna Motor Bakul
 - a) Dalam kota Palopo : 45 - 60 unit
 - b) Keluar kota Palopo : 20-26 Unit
- 4) Mobil pick up : 4-6 Unit

2. Deskripsi Data Responden

a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada bagian ini peneliti akan membahas mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan

pekerjaan. Penelitian ini dilakukan pada para konsumen yang melakukan transaksi jual beli di TPI Kota Palopo.

1) Responden Menurut Jenis Kelamin

Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel

4.2

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	53
2	Perempuan	85
Total		138

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 85 orang, dan responden laki-laki berjumlah 53 orang.

2) Responden Menurut Usia

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	<21	20
2	21	20
3	22	58
4	>22	40
Total		138

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.3 tersebut diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden dengan usia 22 tahun yaitu sebanyak 58 orang. Kemudian disusul responden dengan usia >22 yaitu sebanyak 40 orang, usia 21 sebanyak 20 orang dan responden dengan usia <21 yaitu sebanyak 20 orang.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji *normalitas*, dan uji *heteroskedastisitas*. Dalam hal ini penulis menggunakan SPSS untuk pengolahan data. Adapun hasil dari pengolahan data adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan uji statistik One Sample Kolmogorov-Smirnov. Berikut hasil uji normalitas.

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		138
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,30781784
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,071
	Negative	-,060
Kolmogorov-Smirnov Z		,835
Asymp. Sig. (2-tailed)		,488

a. Test distribution is Normal.

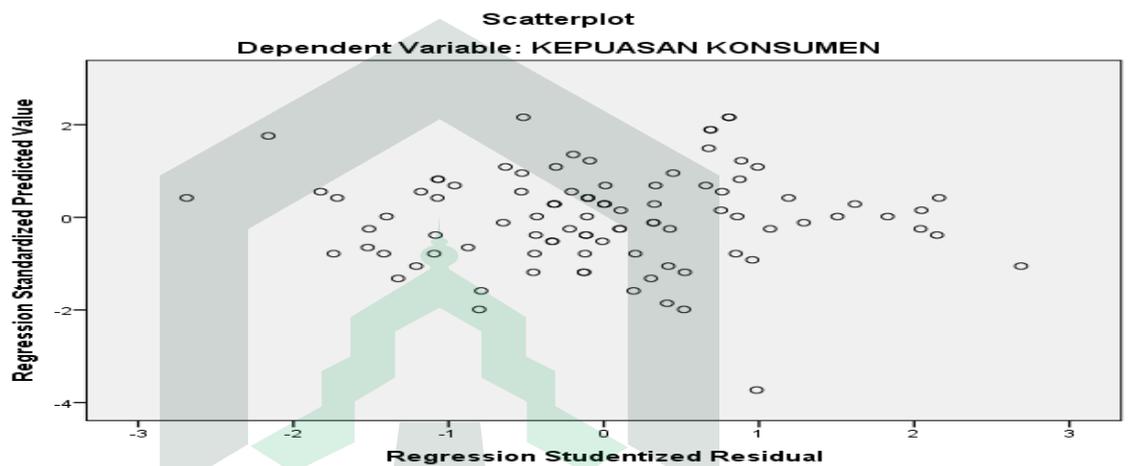
b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*, nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebesar 0,835 dan nilai signifikan sebesar 0,488 atau lebih besar dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*, jika dalam grafik *scatterplot* penyebaran data tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu maka kesimpulannya adalah tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Adapun hasil dari uji *heteroskedastisitas* dapat dilihat pada gambar



Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Gambar 4.1 Grafik Scatterplot

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa dalam grafik *scatterplot* terjadi penyebaran data yang tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Sehingga model regresi layak digunakan untuk menganalisis hubungan mekanisme jual beli ikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	5,838	1,665		3,506	,001
1	MEKANISME JUAL BELI	-,069	,035	-,167	-1,981	,060

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Hasil output uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser yaitu variabel mekanisme jual beli ikan memiliki nilai signifikan $0,060 > 0,05$. Dimana nilai variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Sederhana

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan analisis regresi sederhana. Analisis ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan mekanisme jual beli ikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun hasil analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS 20, seperti terlihat pada Tabel 4.5

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Sederhana

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	5,372	2,679		2,005	,047
1	MEKANISME JUAL BELI	,983	,056	,835	17,664	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel , maka dapat dirumuskan persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 5,372 + 0,983 X + e$$

Dimana:

Y : variabel kepuasan konsumen.

X : variabel mekanisme jual beli ikan

e : error

Berdasarkan model rumus diatas maka penjelasan mengenai hubungan antar variabel dependen dan variabel independen adalah sebagai berikut:

- a. Konstanta (a) yang didapat adalah sebesar 5,372
- b. Nilai koefisien variabel mekanisme jual beli ikan (X) adalah sebesar 0,983 yang berarti jika mekanisme jual beli ikan mengalami kenaikan satu satuan akan menyebabkan kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,983 (98,3%) dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Hal tersebut juga menyatakan bahwa variabel mekanisme jual beli ikan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

5. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*. Untuk melihat diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan, maka perlu dilakukan uji t untuk melihat pengaruh mekanisme jual beli ikan terhadap kepuasan konsumen.

a. Uji t

Uji statistik t atau uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Membandingkan nilai statistik atau t hitung dengan titik kritis menurut tabel atau t tabel. Hasil perhitungan (*t-test*) atau t hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05 (5%). Kriteria uji parsial jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk derajat bebas (df) = n-k-1 adalah $138-1-1 = 136$. Dengan rumus

$$t_{tabel} = (a/2 ; n-k-1)$$

$$t_{tabel} = (0,05/2 ; 136)$$

$$t_{tabel} = (0,025 ; 136)$$

berdasarkan tabel distribusi “t” diperoleh $t_{0,025,136} = 1,97756$. Selain itu dapat menggunakan signifikan penelitian $< 0,05$.

Tabel 4.7 Hasil Uji T (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,372	2,679		2,005	,047
1					
MEKANISME	,983	,056	,835	17,664	,000
JUAL BELI					

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Disimpulkan bahwa Uji t (uji parsial) dapat diketahui variabel mekanisme jual beli ikan (X) memperoleh nilai t hitung sebesar 17,664 dan t tabel sebesar 1,97756 sehingga t hitung $>$ t tabel, dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Maka H_0 diterima, artinya bahwa variabel mekanisme jual beli ikan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

6. Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi atau uji R^2 digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Adapun hasil perhitungan R^2 pada SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,835 ^a	,696	,694	3,320

a. Predictors: (Constant), MEKANISME JUAL BELI

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel hasil perhitungan uji R^2 dapat diketahui bahwa besarnya kontribusi mekanisme jual beli ikan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,696. Artinya, besarnya kemampuan variabel mekanisme jual beli ikan dalam menjelaskan kepuasan konsumen adalah sebesar 69,6% sedangkan 30,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

B. Pembahasan

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh mekanisme jual beli ikan ikan di TPI Palopo terhadap kepuasan konsumen dalam hal ini seluruh masyarakat yang membeli ikan di Tempat Pelelangan Ikan di Kota Palopo. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut peneliti menggunakan data primer dengan tehnik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada responden yang berjumlah 138 orang. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 20 agar mempermudah peneliti mengelolah data penelitian.

Indikator yang terdapat dalam variabel mekanisme jual beli adalah Pelaku/Penjual, Objek Penelitian, Proses Jual Beli. Berdasarkan hasil deskriptif data dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mekanisme jual beli ikan termasuk kategori yang cukup berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sangat selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sarli Prakoter Giing yang menyatakan bahwa mekanisme jual beli memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.⁵² Hal tersebut mengindikasikan mekanisme jual beli ikan kepada masyarakat berpotensi meningkatkan minat masyarakat dalam membeli ikan di tempat pelelangan ikan di kota Palopo. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0,696. Artinya, besarnya kemampuan variabel mekanisme jual beli ikan dalam menjelaskan kepuasan konsumen adalah sebesar 69,6% sedangkan 30,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

⁵²Sarli Prakoter Giing, *“Praktek Jual Beli Ikan Di Pantai Dalam Perspektif Hukum Islam” Iain Purwakerto, 2016.*

Dari hasil uji statistik t, pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} , variabel Mekanisme jual beli (X) dapat diketahui memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 17,664 dan t_{tabel} sebesar 1,97756, sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($17,664 > 1,97756$) dengan ini nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 Maka H_0 ditolak, artinya bahwa variabel Mekanisme jual beli (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Maksudnya semakin tinggi pengaruh mekanisme jual beli ikan masyarakat makan akan semakin baik pula kepuasan konsumen masyarakat, atau dengan kata lain responden sudah memahami tentang mekanisme jual beli ikan.

Mahyarani Tiara Ghassani menyatakan bahwa berpengaruhnya variabel mekanisme jual beli ikan terhadap kepuasan konsumen. Mekanisme jual beli ikan yang baik dapat menambah kepuasan konsumen dalam membeli ikan di tempat pelelangan ikan serta dapat menambah kesejahteraan masyarakat atau nelayan serta dapat membantu perekonomian masyarakat pesisir laut.⁵³ Mengingat masyarakat dan nelayan saling membutuhkan sehingga semakin tinggi kepuasan konsumen semakin baik perekonomian nelayan.

Disimpulkan juga bahwa tempat pelelangan ikan dikota Palopo mempunyai pengaruh penting dalam perkembangan perekonomian masyarakat di kota Palopo, artinya Pengaruh mekanisme jual beli ikan di tempat pelelangan ikan di kota palopo mempunyai peranan penting dalam perkembangan kesejahteraan masyarakat.

⁵³Mahyarani Tiara Ghassani, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening". *Diponegoro Journal Of Social And Political Science*, thm 2017.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil yang sudah didapatkan melalui hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dapat disimpulkan bahwa:

Mekanisme jual beli ikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang membeli ikan di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Kota Palopo. Berdasarkan hasil uji statistik t seperti yang sudah dipaparkan dalam bab pembahasan bahwa nilai t hitung sebesar 17,664 dan t tabel sebesar 1,97756 sehingga $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat mekanisme jual beli ikan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

B. Saran

Dalam penelitian ini tentunya masih banyak kekurangan, baik keterbatasan waktu, keterbatasan data, dan keterbatasan penulisan dari penulis sendiri. Agar dapat memperoleh hasil yang lebih bagus dan lebih mendalam maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Nelayan atau penjual, Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti perlu adanya peningkatan mekanisme kepada masyarakat agar menjadi lebih baik kedepannya.

2. Bagi masyarakat diharapkan lebih mampu meningkatkan pemahaman tentang pentingnya mengetahui mekanisme penjualan ikan agar mendapatkan ikan dengan kualitas terbaik.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel atau indikator baru dalam penelitian yang akan dilakukan agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang akan diteliti. Serta dapat menambahkan teori-teori terbaru agar lebih baik dan juga relevan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Bin Muhammad, Alu Syikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 1, Kairo, Pustaka Imam 1994. hlm., 548
- ¹Hasbi Ash-Shiddieqy, *Sejarah dan Pengantar Ilmu Hadits*, Bulan Bintang, Jakarta, 1974, hlm. 22
- Agustianto, “Mekanisme Pasar Dalam Prespektif Ekonomi Islam”, 18 september 2015
- Al-Hafizh Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Bulughul Maram Dan Penjelasanya*, hlm., 572
- Anas Affandi, *Mekanisme Pasar*. (2012): 3-4.
- Andi Irawan. *Faktor-Faktor Yang Mendorong Kepuasan Pelanggan*. (Universitas Medan Area, 2004): 7-8.
- Asye. *An Evaluation Of Fast-Food Prefences According To Gender, Humanity And Social*(Sciences Jounal, Vol.2.) 2007):43-50
- Devi Sudirman, *Model Pelelangan Ikan Optimal di Pelabuhan Perikanan Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Nelayan*, (2018): 42
- Ebta Setiawan, “Kamus Besar Bahasa Indonesia”, Hak cipta badan pusat bahasa, Edisi III, Versi 2.8, 2012-2021 <https://www.seputarpengetahuan.ac.id>, Diakses Pada Tanggal 01 April 2021
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3 (Yogyakarta: Andi, 2008), 38-39.
- Fitri Madona, *Pengaruh kulaitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*, (fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2017): 9
- Fitri Madona, *Pengaruh kulaitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*, (fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2017): 9
- H. M. Daud Ali, *Asas-Asas Hukum Islam*, Rajawali Press, Jakarta, 1991, hlm., 144
- Hasbi Ash-Shiddieqy, *Sejarah dan Pengantar Ilmu Hadits*, Bulan Bintang, Jakarta, 1974, hlm. 22
- Hasbi Ash-Shiddieqy, *Sejarah dan Pengantar Ilmu Hadits*, Bulan Bintang, Jakarta, 1974, hlm. 22
- Helisia Krisdayanti. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Minimarket Kertapati Jaya Indah

Palembang”. Skripsi tidak diterbitkan. Palembang: Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2017

<http://www.Definisimenurutparaahli.Com>, Diakses Pada Tanggal 20 Maret 2020

Intan Mukarromah Mustikawati, *Ketidaksesuaian Objek Dalam Transaksi Jual Beli Online Menurut Pandangan Hukum Islam*, 2019.

J.Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi* Edisi ke-7, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009).80.

J.Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi* Edisi ke-7, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009).80.

Kementerian Agama Ri, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya: 65*

M. Mursid . *Manajemen Pemasaran*.(Jakarta: Pt. Bumi Aksara. 2006):26

M. Taufiq Amir, *Manajemen Ritel* (Jakarta: Ppm, Cet. 2, 2005), H. 129-131).

Philip Khotler, *Kepuasan Konsumen*, (2013): 35

Pradja, Juhaya S. *Ekonomi Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.2012,111

Price Arnould& Zinkhan, *Consumers* (NewYork: McGraw-Hill, 2002).

Respati Mengayu Hapsari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik dan Promosi terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Semesta Semarang*,(fakultas ekonomi Universitas Negri Semarang, 2011): 10

¹Rm Suryodiningrat, *Perikatan-Perikatanbersumber Perjanjian* (Tarsito, Bandung: Tarsito, 1996): 14

Sarli Prakoter Giing, “*Praktek Jual Beli Ikan Di Pantai Dalam Perspektif Hukum Islam*” Iain Purwakerto, 2016.¹Mahyarani Tiara Ghassani, “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*”. *Diponegoro Journal Of Social And Politicial Science*, thm 2017.

Sayid Sabiq, *Fiqih Sunnah*, alih bahasa oleh Kamaluddin A. Marzuki, *Terjemah Fiqih Sunnah*, Jilid III, Al Ma'arif, Bandung, 1987, hlm., 46

Shalih bin Fauzan Al- Fauzan, *Ringkasan Fikih Lengkap*, terj Asmuni (Jakarta: PT. Darul Falah, 2005), 485.

Sohari Sahrani, *Fiqih Muamalah* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011): 65

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif R&D* Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.2017,121
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.2017,123.
- Suhwardi K. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*.(Jakarta: Sinar Grafika. 1996):37
- Sulaiman Al-Faifi, *Ringkasan Fiqih Sunnah*, (Solo: Beirut Publishing , 2010): 763
- Sunyoto Danang. *Uji KHI Kuadrat & Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.2010,36.
- Suwaib Amiruddin, *Retribusi Tempat Pelelangan Ikan Sebagai Sarana Pelayanan Public*, (Prodi Ilmu Administrasi Negara Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Vol 30 No. 2, 2014): 254
- Tjiptono, *Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen*, (Kotler Dan Keller, 2014): 369-370
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen-Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), 322.
- Wirjono Projodikoro, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu* (Bandung:Sumur 1991): 17

LAMPIRAN – LAMPIRAN



LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUTAGAMA ISLAM NEGERI

Kepada Yth.

Saudara/i

Di Tempat.

Dengan Hormat,

Dengan kerendahan hati, saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Saya adalah mahasiswa program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palopo yang sedang mengerjakan skripsi dan melakukan penelitian mengenai “PENGARUH MEKANISME JUAL BELI IKAN DI TPI KOTA PALOPO TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”. Bersamaan ini perlu saya sampaikan, Semua informasi yang diberikan hanya untuk kepentingan pengerjaan skripsi dan dijamin kerahasiaannya. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatiannya dan kesediaan saudara/i mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Sitti Nurhaliza

KUESIONER PENELITIAN

PETUNJUK PENGISIAN

1. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara/i. adapun kriteria jawabannya sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

RG : Ragu-ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

2. Dan diharapkan tidak ada satu nomor pun yang terlewatkan dalam mengisi skala ini.
3. Gunakan tanda (√) untuk jawaban yang anda pilih.

BAGIAN I (Identitas Responden)

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

3. Usia:

BAGIAN II

Variabel X (Mekanisme Jual Beli)

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
	Pelaku/Penjual					

1	Penjual menggunakan bahasa yang sopan saat berbicara dengan pembeli					
2	Penjual melayani pembeli dengan ramah					
3	Penjual melayani pembeli sesuai dengan antrian					
4	Penjual senantiasa mengucapkan terimakasih setelah melakukan transaksi dengan pembeli					
Objek yang di perjualbelikan						
5	Ikan yang di perjual belikan di TPI kota Palopo masih sangat fresh					
6	Ikan yang di perjual belikan di TPI kota Palopo cukup beragam jenisnya					
7	Harga yang di tawarkan di TPI Kota Palopo relatif murah. Hal ini di sesuaikan dengan ukuran dan jenis ikan					
Proses Jual beli						

8	Penjual tidak pernah mengurangi timbangan/ ukuran/ jumlahkan yang dibeli.					
9	Harga ikan yang ditawarkan pantas dan layak sesuai dengan kualitasnya.					
10	Penjual tidak pernah menawarkan ikan dengan harga berbeda kepada semua konsumen.					
11	Proses jual beli ikan tidak mengalami penumpukan pembeli dan relatif cepat					

Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Dimensi Kepuasan Pelanggan						
1	Saya merasa puas membeli ikan di TPI Kota Palopo Karena penjual menggunakan bahasa yang sopan saat berinteraksi dengan pembeli					

2	Saya merasa puas berbelanja ikan di TPI Kota Palopo karena kondisi ikan yang di jual masih sangat fresh					
3	Saya merasa puas membeli ikan di TPI Kota Palopo karena harga yang terjangkau di bandingkan di pasar					
Konfirmasi Harapan						
4	Penetapan harga ikan yang di jual di TPI Kota Palopo sesuai dengan kualitas ikan yang di tawarkan					
5	Transaksi jual beli ikan di TPI Kota Palopo tidak mengalami penumpukan berlebih					
6	Ikan yang di perjualbelikan di TPI kota Palopo lebih bervariasi baik dari segi jenis ikan dan juga ukuran ikan					
Niat Beli Ulang						
7	Saya akan terus membeli ikan di TPI kota Palopo karena pelayanan yang ramah dari penjual ikan di TPI kota Palopo					

8	Saya akan melakukan pembelian berjangka panjang di TPI kota palopo karena penjual tidak pernah mengurangi timbangan/ ukuran/ jumlah yang dibeli					
9	Saya akan melakukan pembelian ulang di TPI kota palopo karena penjual melayani pembeli sesuai dengan antiran					
Kesediaan Untuk Merekomendasikan						
10	Saya akan merekomendasikan pembelian ikan di TPI Kota Palopo kepada teman dekat dan keluarga saya, karena ikan yang di tawarkan memiliki kualitas yang berbeda dengan tempat lain					
11	Saya akan merkomendasikan pembelian ikan di TPI Kota Palopo kepada teman dekat dan keluarga saya, karena penjual senantiasa jujur akan kondisi ikan yang di jual					

12	Saya akan merekomendasikan pembelian ikan di TPI Kota Palopo kepada teman dekat dan keluarga saya karena penjual tidak pernah menawarkan ikan dengan harga berbeda kepada semua konsumen.					
----	---	--	--	--	--	--



LAMPIRAN 2

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

Mekanisme Jual Beli (X)											
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	TOTAL
4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	51
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	50
2	3	2	2	4	4	2	2	3	2	3	29
2	3	1	2	1	5	3	3	4	4	3	31
5	5	2	5	4	5	2	1	4	4	3	40
5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	47
4	4	2	2	5	4	4	3	5	3	4	40
5	4	2	3	2	5	3	2	4	3	4	37
3	2	2	1	5	5	4	3	4	3	4	36
5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	51
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	46
3	4	4	1	3	5	3	3	3	3	2	34
3	3	4	3	4	5	4	3	4	3	3	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	3	2	3	5	4	2	3	2	2	34
5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	51
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	47
4	4	2	2	3	4	4	3	4	3	2	35
4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	51
4	4	4	3	4	5	3	3	4	3	3	40
5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	49
5	5	5	5	3	4	3	2	3	1	3	39
4	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4	43
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	52
5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	51
4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	49
5	5	3	5	4	5	5	2	4	4	1	43
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	49
5	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	48
5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	5	48
5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	47

5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	53
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	53
5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	49
5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	51
5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	50
5	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	48
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	52
5	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	48
5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	52
5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	50
5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	49
5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	47
5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	52
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	52
4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	45
5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	47
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53
4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	49
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	51
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	47
5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	50
4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	51
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45
3	3	2	3	4	5	3	2	3	2	3	33
5	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	43
4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	48
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	42
4	4	2	2	2	5	4	3	3	3	4	36
4	3	2	5	4	4	3	3	3	3	3	37
4	4	3	1	3	3	2	3	3	4	3	33
4	5	4	5	5	5	5	3	5	4	4	49
4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	48
5	5	5	5	3	5	5	5	5	2	3	48
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	48
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	51
5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	5	50
5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	52
5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	49
4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	49
4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	51

5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	51
5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	51
5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	50
3	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	49
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	52
5	5	4	3	5	3	4	5	5	4	4	47
5	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	49
5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	51
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	53
5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	5	48
5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	50
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	50
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	51
4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	51
5	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	50
5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	46
4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	50
5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	49
4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	50
4	5	4	3	4	4	4	4	3	5	5	45
5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	51
3	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	49
5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	51
5	3	5	3	5	4	4	5	4	5	5	48
5	4	5	5	3	5	5	5	5	3	5	50
5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	49
5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	46
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	51
4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	49
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	53
5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	5	50
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	52
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	51
5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	51
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	49
5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	51
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	47
4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	52
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	49
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	50

5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	51
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	50
5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	48
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53
5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	48
5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	51
5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	3	49
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	52
5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	50
5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	45
5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	49
5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4	50
5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	49
5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	51
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	51
4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	47
4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	49
5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	50
5	5	5	3	4	4	5	5	5	3	4	48
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	53
5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	50

Kepuasan Konsumen (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	TOTAL
4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	49
5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	3	51
4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	53
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	53
2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	31
3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	2	35
2	2	2	2	4	5	5	3	2	2	5	2	36
4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	51
4	4	3	3	4	4	3	3	1	2	3	3	37
5	2	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	39
3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	41
4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	54
4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	53
3	3	3	3	3	5	1	3	3	3	3	3	36
3	4	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	41

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	3	2	2	2	4	3	3	2	3	3	3	33
4	5	5	4	3	5	4	4	3	5	4	4	50
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	51
4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	41
4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	53
4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	43
5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	55
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
3	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3	4	43
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	50
3	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	52
5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	55
4	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	54
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	46
3	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	5	52
5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	55
5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	56
5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	51
5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	5	55
5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	57
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	54
5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	54
5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	55
5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	56
5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	53
5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	54
5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	53
5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	53
4	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	5	52
5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	53
5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	53
5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	54
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	54
5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	56
5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	52
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	53
3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	54
5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	55
5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	52

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	2	2	3	3	5	2	2	1	4	4	4	34
4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	52
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	50
4	3	4	3	3	5	2	3	3	4	2	3	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	40
5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	55
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	54
4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	56
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	54
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	57
5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5	55
5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	57
5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	54
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	57
5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	55
5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	57
5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	56
5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	53
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	55
4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	53
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	57
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	58
4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	50
5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	53
4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	55
5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	54
5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	54
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	58
5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	52
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	58
5	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	5	54
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	55
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	57
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59

5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	56
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	56
5	5	4	5	3	4	5	5	3	5	5	4	53
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	57
5	3	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	52
3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	55
5	4	3	5	5	5	4	4	3	4	5	4	51
4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	54
5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	54
5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	56
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	57
5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	54
4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	54
5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	53
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
5	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	56
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	57
5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	56
5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	55
5	3	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	53
5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	56
5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	56
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	57
5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	52
4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	55
5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	54
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	3	54
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	54
4	3	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	52
5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	54
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	57
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58
4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	57
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	57
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	57
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	58
3	3	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	51
4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	55

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS MEKANISME JUAL BELI IKAN (X)

Correlations													
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	TOTAL	
X1	Pearson	1	,306**	,477**	,467*	,210*	,045	,257*	,312*	,287*	,289*	,298*	,601**
	Correlation				*			*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,013	,603	,002	,000	,001	,001	,000	,000
N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
X2	Pearson	,306*	1	,370**	,288*	,067	-,043	,230*	,158	,141	,143	,112	,417**
	Correlation	*			*			*					
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,434	,615	,007	,064	,098	,093	,191	,000
N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
X3	Pearson	,477*	,370**	1	,407*	,373*	-,029	,502*	,577*	,444*	,347*	,390*	,762**
	Correlation	*			*	*		*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,733	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
X4	Pearson	,467*	,288**	,407**	1	,320*	,008	,300*	,322*	,311*	,355*	,282*	,653**
	Correlation	*				*		*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,922	,000	,000	,000	,000	,001	,000
N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
X5	Pearson	,210*	,067	,373**	,320*	1	-,099	,392*	,384*	,456*	,345*	,337*	,587**
	Correlation	*			*			*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	,013	,434	,000	,000		,249	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
X6	Pearson	,045	-,043	-,029	,008	-,099	1	,099	,032	-,042	-,024	-,008	,409**
	Correlation												
	Sig. (2-tailed)	,603	,615	,733	,922	,249		,246	,713	,624	,784	,921	,202
N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
X7	Pearson	,257*	,230**	,502**	,300*	,392*	,099	1	,530*	,495*	,304*	,358*	,678**
	Correlation	*			*	*			*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	,002	,007	,000	,000	,000	,246		,000	,000	,000	,000	,000
N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
X8	Pearson	,312*	,158	,577**	,322*	,384*	,032	,530*	1	,433*	,487*	,542*	,752**
	Correlation	*			*	*		*		*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	,000	,064	,000	,000	,000	,713	,000		,000	,000	,000	,000

	N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
X9	Pearson Correlation	,287*	,141	,444**	,311*	,456*	-,042	,495*	,433*	1	,289*	,305*	,621**
	Sig. (2-tailed)	,001	,098	,000	,000	,000	,624	,000	,000		,001	,000	,000
	N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
X10	Pearson Correlation	,289*	,143	,347**	,355*	,345*	-,024	,304*	,487*	,289*	1	,474*	,633**
	Sig. (2-tailed)	,001	,093	,000	,000	,000	,784	,000	,000	,001		,000	,000
	N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
X11	Pearson Correlation	,298*	,112	,390**	,282*	,337*	-,008	,358*	,542*	,305*	,474*	1	,642**
	Sig. (2-tailed)	,000	,191	,000	,001	,000	,921	,000	,000	,000	,000		,000
	N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
TO	Pearson Correlation	,601*	,417**	,762**	,653*	,587*	,409*	,678*	,752*	,621*	,633*	,642*	1
TA	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,202	,000	,000	,000	,000	,000	
L	N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,819	11

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	TOTAL	
Y1	Pearson Correlation	1	,301**	,355**	,409*	,413*	,220*	,431**	,352**	,437*	,430**	,408*	,508*	,663**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,010	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
Y2	Pearson Correlation	,301**	1	,365**	,316*	,233*	,173*	,296**	,293**	,361*	,315**	,317*	,354*	,550**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,006	,043	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138
Y3	Pearson Correlation	,355**	,365**	1	,428*	,310*	,066	,375**	,411**	,538*	,462**	,388*	,463*	,656**

L	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138	138

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,885	12



LAMPIRAN 4
DISTRIBUSI R TABEL

Tabel r untuk df = 101 - 150

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
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1667	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723

LAMPIRAN 5
DISTRIBUSI T TABEL

TABEL 5.1. Distribusi T Tabel

df	0.995	0.990	0.975	0.950	0.900	0.850	0.800
1	15.995	15.999	15.995	15.995	15.995	15.995	15.995
2	6.965	6.967	6.965	6.965	6.965	6.965	6.965
3	4.541	4.543	4.541	4.541	4.541	4.541	4.541
4	3.747	3.748	3.747	3.747	3.747	3.747	3.747
5	3.478	3.479	3.478	3.478	3.478	3.478	3.478
6	3.357	3.358	3.357	3.357	3.357	3.357	3.357
7	3.291	3.292	3.291	3.291	3.291	3.291	3.291
8	3.257	3.258	3.257	3.257	3.257	3.257	3.257
9	3.233	3.234	3.233	3.233	3.233	3.233	3.233
10	3.216	3.217	3.216	3.216	3.216	3.216	3.216
11	3.203	3.204	3.203	3.203	3.203	3.203	3.203
12	3.193	3.194	3.193	3.193	3.193	3.193	3.193
13	3.185	3.186	3.185	3.185	3.185	3.185	3.185
14	3.178	3.179	3.178	3.178	3.178	3.178	3.178
15	3.172	3.173	3.172	3.172	3.172	3.172	3.172
16	3.167	3.168	3.167	3.167	3.167	3.167	3.167
17	3.163	3.164	3.163	3.163	3.163	3.163	3.163
18	3.159	3.160	3.159	3.159	3.159	3.159	3.159
19	3.156	3.157	3.156	3.156	3.156	3.156	3.156
20	3.153	3.154	3.153	3.153	3.153	3.153	3.153
22	3.149	3.150	3.149	3.149	3.149	3.149	3.149
24	3.146	3.147	3.146	3.146	3.146	3.146	3.146
26	3.143	3.144	3.143	3.143	3.143	3.143	3.143
28	3.141	3.142	3.141	3.141	3.141	3.141	3.141
30	3.139	3.140	3.139	3.139	3.139	3.139	3.139
32	3.137	3.138	3.137	3.137	3.137	3.137	3.137
34	3.136	3.137	3.136	3.136	3.136	3.136	3.136
36	3.135	3.136	3.135	3.135	3.135	3.135	3.135
38	3.134	3.135	3.134	3.134	3.134	3.134	3.134
40	3.133	3.134	3.133	3.133	3.133	3.133	3.133
42	3.132	3.133	3.132	3.132	3.132	3.132	3.132
44	3.131	3.132	3.131	3.131	3.131	3.131	3.131
46	3.130	3.131	3.130	3.130	3.130	3.130	3.130
48	3.129	3.130	3.129	3.129	3.129	3.129	3.129
50	3.128	3.129	3.128	3.128	3.128	3.128	3.128
55	3.126	3.127	3.126	3.126	3.126	3.126	3.126
60	3.125	3.126	3.125	3.125	3.125	3.125	3.125
65	3.124	3.125	3.124	3.124	3.124	3.124	3.124
70	3.123	3.124	3.123	3.123	3.123	3.123	3.123
75	3.122	3.123	3.122	3.122	3.122	3.122	3.122
80	3.121	3.122	3.121	3.121	3.121	3.121	3.121
85	3.120	3.121	3.120	3.120	3.120	3.120	3.120
90	3.119	3.120	3.119	3.119	3.119	3.119	3.119
95	3.118	3.119	3.118	3.118	3.118	3.118	3.118
100	3.117	3.118	3.117	3.117	3.117	3.117	3.117
110	3.116	3.117	3.116	3.116	3.116	3.116	3.116
120	3.115	3.116	3.115	3.115	3.115	3.115	3.115
130	3.114	3.115	3.114	3.114	3.114	3.114	3.114
140	3.113	3.114	3.113	3.113	3.113	3.113	3.113
150	3.112	3.113	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112
160	3.111	3.112	3.111	3.111	3.111	3.111	3.111
170	3.110	3.111	3.110	3.110	3.110	3.110	3.110
180	3.109	3.110	3.109	3.109	3.109	3.109	3.109
190	3.108	3.109	3.108	3.108	3.108	3.108	3.108
200	3.107	3.108	3.107	3.107	3.107	3.107	3.107
220	3.106	3.107	3.106	3.106	3.106	3.106	3.106
240	3.105	3.106	3.105	3.105	3.105	3.105	3.105
260	3.104	3.105	3.104	3.104	3.104	3.104	3.104
280	3.103	3.104	3.103	3.103	3.103	3.103	3.103
300	3.102	3.103	3.102	3.102	3.102	3.102	3.102
320	3.101	3.102	3.101	3.101	3.101	3.101	3.101
340	3.100	3.101	3.100	3.100	3.100	3.100	3.100
360	3.099	3.100	3.099	3.099	3.099	3.099	3.099
380	3.098	3.099	3.098	3.098	3.098	3.098	3.098
400	3.097	3.098	3.097	3.097	3.097	3.097	3.097
420	3.096	3.097	3.096	3.096	3.096	3.096	3.096
440	3.095	3.096	3.095	3.095	3.095	3.095	3.095
460	3.094	3.095	3.094	3.094	3.094	3.094	3.094
480	3.093	3.094	3.093	3.093	3.093	3.093	3.093
500	3.092	3.093	3.092	3.092	3.092	3.092	3.092
550	3.090	3.091	3.090	3.090	3.090	3.090	3.090
600	3.089	3.090	3.089	3.089	3.089	3.089	3.089
650	3.088	3.089	3.088	3.088	3.088	3.088	3.088
700	3.087	3.088	3.087	3.087	3.087	3.087	3.087
750	3.086	3.087	3.086	3.086	3.086	3.086	3.086
800	3.085	3.086	3.085	3.085	3.085	3.085	3.085
850	3.084	3.085	3.084	3.084	3.084	3.084	3.084
900	3.083	3.084	3.083	3.083	3.083	3.083	3.083
950	3.082	3.083	3.082	3.082	3.082	3.082	3.082
1000	3.081	3.082	3.081	3.081	3.081	3.081	3.081

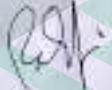
LAMPIRAN 6

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul: *Pengaruh Mekanisme Jual Beli Dan Di TPI Palopo Terhadap Kemampuan Keuangan* yang ditulis oleh:

Nama	Siti Nurhaliza
Nim	16 0401 0162
Fakultas	Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi	Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian *tesawajuziah*. Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

<p>Pembimbing I</p>  <p>Dr. Rahmawati M. Ag.</p> <p>Tanggal:</p>	<p>Pembimbing II</p>  <p>Dr. Muh. Ruslan Abdallah, S.EI., M.A.</p> <p>Tanggal:</p>
---	--

LAMPIRAN 7

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 26 Juli 2022

Lamp. -
Hal. Skripsi an. Siti Nurhaliza
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo
Assalamu Alaikum W. W.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap masalah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama	Siti Nurhaliza
NIM	16 0401 1167
Program Studi	Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan di TPI Palopo Terhadap Kepuasan Konsumen.

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *monagustus*.

Demikian disampaikan untuk diproses selanjutnya.

Assalamu Alaikum W. W.

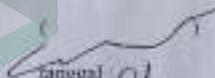
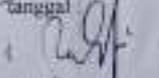
Pembimbing I 	Pembimbing II 
Dr. Rahmawati, M.Ag NIP: 19740211 200003 2 003	Dr. Muh. Ruslan Abdullatif, SE, I., M.A NIP: 19801004 200901 1 007
Tanggal: 19/08/2022	Tanggal: 18/08/2022

LAMPIRAN 8

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan Di TPI Palopo Terhadap Kepuasan Konsumen), yang ditulis oleh Siti Nurhaliza Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0401 0162, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam untuk program tarjana Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah dibagikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Jumat, tanggal 03 Juni dan telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian munaqasyah.

TIM PENGUJI

- | | |
|---|--|
| 1. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
Ketua Sidang/Penguji | ()
tanggal |
| 2. Dr. Fasiba, M.EI.
Sekretaris Sidang/Penguji | ()
tanggal |
| 3. Muzayyanah Jabani, ST., M.M.
Penguji I | ()
tanggal |
| 4. Efi Seriawan, SE, M.M.
Penguji II | ()
tanggal |
| 5. Dr. Rahmawati, M.Ag.
Pembimbing I/Penguji | ()
tanggal |
| 6. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
Pembimbing II/Penguji | ()
tanggal |

LAMPIRAN 9

Muzayyannah Jabani, S.T., M.M.
 Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
 Dr. Rahmawati, M.Ag
 Dr. Muh. Ruslan Abdullah, SE. I., M.A.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. -
 Hal Skripsi dan Siti Nurhaliza
 Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Di
 Palopo

Assalamu 'alaikum wa: w.b.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi sa, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini

Nama	: Siti Nurhaliza
NIM	: 16 0401 0162
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Mekanisme Jual Beli Ikan di TPI Palopo Terhadap Kepuasan Konsumen

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diajukan pada ujian mawaziyah.

Demikian disampaikan untuk diproses selanjutnya.
wassalamu 'alaikum wa: w.b.

1. Muzayyannah Jabani, S.T., M.M.
 Penguji I

Tanggal

2. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
 Penguji II

Tanggal

3. Dr. Rahmawati, M.Ag
 Pembimbing I / Penguji

Tanggal

4. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, SE. I., M.A.
 Pembimbing II / Penguji

Tanggal

LAMPIRAN 10

RIWAYAT HIDUP

Sitti Nurhaliza, lahir di Mabonta 11 Oktober 1997. Penulis merupakan anak keempat dari enam bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Duar dan ibu Masita. Saat ini, penulis bertempat tinggal di lorong SMA 4 Balandai Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2010 di SDN 105 Mabonta. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 03 Burau pada tahun 2013. Pada tahun 2013 juga, penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Luwu Timur. Setelah lulus di tahun 2016, penulis melanjutkan pendidikan di bidang prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Email : sitiinurhaliza0162_mhs16@iainpalopo.ac.id