

**PENGARUH MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN  
MINYAK KAYU PUTIH DI DESA WAETELE KECAMATAN WAEAPO  
KABUPATEN BURU  
(PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)**

**SKRIPSI**



**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon**



**OLEH:**

**ANIS SETIAWATI**  
**NIM. 0150105072**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) AMBON  
A M B O N  
2 0 1 9**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anis Setiawati

NIM : 0150105072

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul “Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Permintaan Minyak Kayu Putih Di Desa Waetele Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru”(Perspektif Ekonomi Islam)”. Merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa hasil penelitian tersebut merupakan duplikat, plagiat, dibuat dan dibantu orang lain secara keseluruhan, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Ambon, November 2019

Saya yang menyatakan,



Anis Setiawati

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PERMINTAAN MINYAK KAYU PUTIH DI DESA WAETELE KECEMATAN WAEAPO KABUPATEN BURU(PERSEPEKTI EKONOMI ISLAM)** disusun oleh saudara **ANIS SETIAWATI, NIM.0150105072**, mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon, telah diuji dan di pertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada Hari Selasa tanggal 26 November 2019 dan dinyatakan telah dapat di terima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi (SE) di fakultas syariah dan ekonomi islam jurusan ekonomi syariah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya.


Ambon, 26 november 2019

### DEWAN PENGUJI

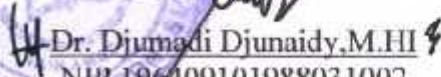
Ketua Sidang	: Dr. Nadhifah Attamimi, M.Si	(.....  .....)
Sekretaris	: Andi Masniati, M.Hum	(.....  .....)
Munaqisy I	: Dr. Ismail Tuanany, MM	(.....  .....)
Munaqisy II	: Rosna Kurnia, M.Ak	(.....  .....)
Pembimbing I	: Darwis Amin, M.Si	(.....  .....)
Pembimbing II	: Yusrianti Hanike, M.Si	(.....  .....)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

Diketahui Oleh :

  
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam  
IAIN Ambon



  
Dr. Djumadi Djunaidy, M.HI  
NIP.196409101988031002

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah berhukum dengan tiada kecelaan. Sholawat dan salam semoga tetap tercurah kepada Rasulullah SAW., keluarga, para sahabat serta pengikutnya sampai akhir zaman. Hukum Islam sejak dahulu hingga sekarang berkembang dengan pesatnya. Munculnya hal-hal baru yang sebelumnya belum dibahas baik pada zaman sahabat Nabi SAW, tabi`in, dan tabi`tabi`in, menjadi renungan serta kajian yang penting untuk dibahas. Oleh karena itu, penulisan skripsi ini sangat bermakna bagi penulis.

Penulis berharap kedepannya akan lebih dikembangkan lagi hasil kajian dalam skripsi ini dan dapat dimanfaatkan untuk segala kalangan khususnya di dunia pendidikan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan motivasi berbagai pihak baik materil maupun non materil. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda tercinta dan Ibunda tersayang selaku kedua orang tua peneliti, yang telah berupaya dan tiada putusnya memberikan dukungan dan doa demi tergapainya sukses dalam menyelesaikan studi. Tak lupa pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hasbollah Toisuta, M.Ag. selaku Rektor IAIN Ambon, Bapak Dr. Mohdar Yanlua, M.H. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Ismail DP, M.Pd selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Abdullah

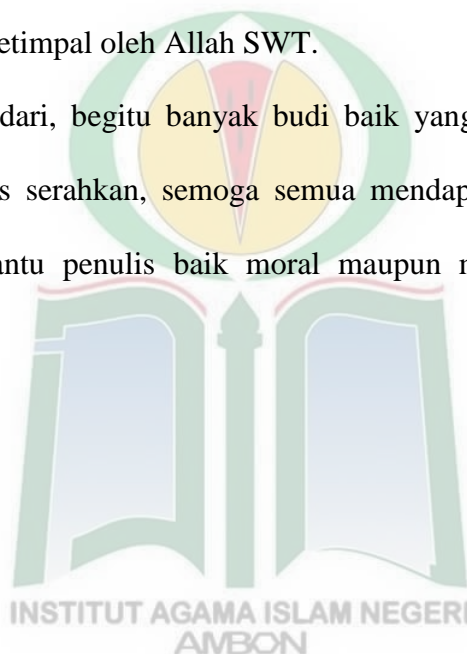
Latuapo, M.Pd.I selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Lembaga, yang telah memberikan kontribusi besar dalam pengembangan kampus IAIN Ambon.

2. Bapak Dr. Djumadi, M.Hi. selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I Bidang akademik dan Pengembangan Lembaga, Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Wakil III Bidang Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Hj. Mar'atun Shalihah, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Ibu Deti Aryani Relubun, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Bapak Darwis Amin Rahawarin, M.Si. dan Ibu Yusrianti Hanike, M.Si. selaku dosen Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis hingga terselesainya penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ismail Tuanany, MM, dan Ibu Rosna Kurnia, M.Ak. selaku Dosen Penguji I dan Penguji II yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan terbuka untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga yang sudah banyak memberikan semangat, motivasi, dan doa yang tiada hentinya bagi penulis dalam menjalani studi dan terima kasih kepada kakak-kakak saya Musolihin, Susanti, Irma Hastariyani dan adek-adek saya Setia Ningsih, Arina Kartika, Ariska Mey Saroh, Rini Nur Oktaviani, Eis

Wulan Septiandari, Salsabila Syafira yang selalu memberikan nasehat serta motivasi.

8. Teman-Teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan serta bantuan dalam mencapai proses perkuliahan akhirnya atas segala kehilangan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis, mohon ketulusan hati untuk dapat dimaafkan semoga bantuan, bimbingan, dan arahan yang diberikan oleh berbagai pihak tersebut, Insya Allah akan memberikan imbalan yang setimpal oleh Allah SWT.

Penulis sadari, begitu banyak budi baik yang telah diberikan. Kepada Allah SWT penulis serahkan, semoga semua mendapatkan pahala di sisi-Nya, yang telah membantu penulis baik moral maupun material dalam menyusun skripsi ini.



Ambon, November 2019

Penulis,

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi Arab-latin yang digunakan secara umum berpedoman kepada transliterasi ali 'awdah dengan keterangan sebagai berikut:

### 1. Konsonan

NO	Arab	Latin	Ket	No	Arab	Latin	Ket
1		Tidak di lambangkan		16			t dengan titik di bawahnya
2		B		17			z dengan titik di bawahnya
3		T		18			
4			s dengan titik di atasnya	19		G	
5		J		20		F	
6			h dengan titik di atasnya	21		Q	
7		Kh		22		K	
8		D		23		L	
9			z dengan titik di atasnya	24		M	
10		R		25		N	
11		Z		26		W	
12		S		27		H	
13		Sy		28			
14			s dengan titik di bawahnya	29		Y	
15			d dengan titik di bawahnya				

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal dan vokal rangkap.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, taransileterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
	<i>Fathah</i>	A
	<i>Kasrah</i>	I
	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gambar Huruf
	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
	<i>Fathah wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

## 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
/	<i>Fatahah</i> dan alif atau ya	
	<i>Kasrah</i>	
	<i>Dammah</i> dan waw	

Contoh:

قال : *qāla*

رمى : *ramā*

قيل : *qīla*

يقول : *yaqūlu*



#### 4. Ta Marbutah ( )

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

##### a. Ta Marbutah ( ) hidup

Ta marbutah hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.

##### b. Ta Marbutah ( ) Mati

Ta marbutah ( ) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

##### c. Kalau pada suatu kata yang lain akhir katanya ta marbutah ( ) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah ( ) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

: udah al-atf l/ raudatul atf l

: al- Mad nah al-Munawwarah/ al-Mad natul  
Munawwarah

: talhah

Catatan:

Modifikasi  INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
AMBON

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut, dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasikan. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## ABSTRAK

Nama : Anis Setiawati  
Nim : 0150105072  
Judul : pengaruh minat beli konsumen terhadap permintaan minyak kayu putih di desa waetele kecamatan waeapo kabupaten buru (perspektif islam)

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh minat beli konsumen terhadap permintaan minyak kayu putih pada desa waetele kecamatan waeapo kabupaten buru.

Populasi penelitian ini adalah 1.190 masyarakat yang ada di Desa Waetele. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 93 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sebanyak 16 item pertanyaan yang dinilai dengan skala Likert 1-5 dan diuji validitas serta reliabilitasnya. Uji prasyarat meliputi uji formalitas P-plot dan uji heteroskedastisitas. Teknik analisis data untuk menjawab hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana.

Berdasarkan analisis regresi pada taraf signifikan 5% menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh minat beli konsumen terhadap permintaan minyak kayu putih dengan koefisien korelasi R sebesar 0,275, koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,075, dan nilai signifikansi  $0,008 < 0,05$  dan t hitung sebesar -0,2723 dan t tabel sebesar 0,677 karena t hitung  $-0,2723 < t$  tabel yaitu  $> 0,677$ .

**Kata Kunci** : minat beli konsumen, permintan perspektif ekonomi islam.

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
AMBON

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	vii
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan dan Batasan Masalah .....	7
1. Rumusan masalah .....	7
2. Batasan masalah .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1. Tujuan penelitian .....	7
2. Manfaat penelitian .....	8
D. Definisi Operasional .....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	10
A. Minat Beli Konsumen .....	10
1. Pengertian minat beli .....	10

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli .....	13
3. Indikator minat beli .....	20
B. Teori Permintaan .....	21
1. Pengertian permintaan.....	21
2. Hukum Permintaan.....	22
3. Faktor penentu permintaan.....	23
4. Fungsi Permintaan.....	25
5. Teori permintaan dalam perspektif ekonomi islam.....	25
C. Minat Beli Menurut Perspektif Ekonomi Islam .....	27
1. Masalah dalam perilaku konsumen .....	27
2. Kebutuhan dan keinginan .....	28
D. Minyak Kayu Putih .....	30
1. Budidaya kayu putih .....	32
2. Penyulingan minyak kayu putih .....	33
3. Penentuan standar kualitas minyak .....	35
4. Manfaat dan kegunaan minyak kayu putih .....	36
E. Penelitian Relevan .....	36
F. Kerangka Pikir .....	40
G. Hipotesis .....	41
BAB III METODE PENELITIAN .....	42
A. Jenis dan Lokasi Penelitian .....	43
1. Jenis penelitian .....	43
2. Lokasi penelitian .....	44

B. Sumber Data .....	43
1. Data primer .....	43
2. Data sekunder .....	43
C. Populasi dan Sampel .....	44
1. Populasi .....	44
2. Sampel .....	44
D. Teknik Pengumpulan Data .....	46
1. Wawancara .....	46
2. Kuesioner .....	46
3. Dokumentasi .....	47
E. Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	47
1. Variabel penelitian .....	47
2. Pengukuran variabel .....	49
F. Metode Pengolahan dan Analisa Data .....	50
1. Uji instrumen penelitian .....	50
2. Uji asumsi klasik .....	51
3. Analisis regresi linear sederhana .....	51
4. Uji statistik (uji t) .....	54
5. Koefisien determinan ( $R^2$ ) .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
A. Hasil Penelitian .....	54
1. Deskriptif Responden.....	54
2. Deskriptif Variabel.....	57

3. Uji Instrumen Variabel penelitian .....	69
4. Pengujian Asumsi Klasik .....	70
5. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	73
6. Uji Statistik (Uji t).....	74
7. Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	75
B. Pembahasan.....	76
1. Pengaruh minat beli konsumen terhadap permintaan minyak kayu putih di Desa Waetele.....	76
2. Minat beli konsumen dan permintaan minyak kayu putih ditinjau dalam perspektif islam .....	79
BAB V PENUTUP.....	84
A. KESIMPULAN .....	84
B. SARAN .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	86

## DAFTAR TABEL

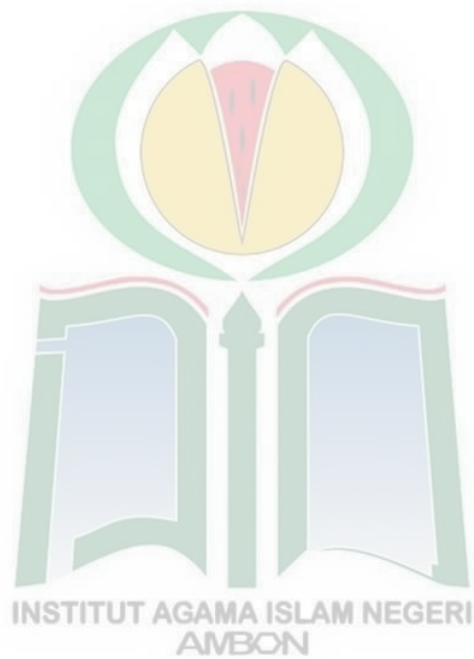
	Halaman
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan .....	56
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	56
5. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Konsumen Membeli Minyak Kayu Putih Langsung Ke Tempat Pembuatan Di Desa Waetele .....	57
6. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Konsumen Merasa Puas Dengan Keaslian Minyak Kayu Putih Yang Ada Di Desa Waetele .....	58
7. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Konsumen Dapat Merekomendasikan Kepada Orang Lain Untuk Membeli Minyak .....	
8. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Konsumen Dapat Memberikan Informasi Kepada Orang Lain Untuk Membeli Minyak Kayu Putih Di Desa Waetele. ....	59
9. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Sebelum Membeli Minyak Kayu Putih Di Desa Waetele Konsumen Dapat Mencari Tahu Keaslian Yang Dimiliki Minyak Kayu Putih .....	60
10. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Konsumen Merasa Puas Setelah Mengetahui Keaslian Minyak Kayu Putih Yang Ada Di Desa Waetele Sehingga Kecenderungan Untuk Membeli.....	61
11. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Konsumen Dapat Mencari Tahu Manfaat Dan Kegunaan Minyak Kayu Putih Yang Ada Di Desa Waetele Sebelum Membelinya .....	61
12. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Informasi Yang Didapat Membuat Konsumen Yakin Untuk Membeli Minyak Kayu Putih Yang Ada Di Desa Waetele .....	63

13. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Minyak Kayu Putih Di Desa Waetele Sangan Terjangkau .....	64
16. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Minyak Kayu Putih Di Desa Wawtele Lebih Baik Dari Pesaing .....	64
17. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Harga Minyak Kayu Putih Di Desa Waetele Sesuai Dengan Kualitasnya .....	65
18. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Harga Yang Sesuai Meyakinkan Konsumen Untuk Membeli .....	66
19. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Harga Minyak Kayu Putih Sesuai Dengan Pendapatan Masyarakat.....	66
20. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Minyak Kayu Putih Sesuai Dengan Kebutuhan Didalam Rummah .....	67
21. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Kualitas, Manfaat Dan Kegunaannya Untuk Tubuh Meyakinkan Saya Untuk Membeli Minyak Kayu Putih Di Desa Waetele .....	68
22. Rata-Rata Bobot Jawaban Responden Mengenai Minyak Kayu Putih Sesuai Dengan Kebutuhan Masyarakat .....	68
23. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen.....	69
24. Hasil Uji Reabilitas.....	70
25. Hasil Uji Normalitas .....	71
26. Hasil Uji heteroskedestisitas .....	72
27. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana .....	73
28. Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	74
29. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	75



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Pikir Penelitian .....	41



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Mempelajari perilaku konsumen mempunyai arti yang sangat penting bagi para pelaku usaha atau suatu perusahaan. Seorang pelaku usaha atau suatu perusahaan akan sangat tidak mungkin untuk dapat bertambah hidup tanpa dukungan dan keberadaan konsumen. Konsumen adalah faktor utama bagi eksistensi suatu usaha. Oleh sebab itu, orientasi pada konsumen merupakan suatu syarat mutlak yang harus dipegang oleh para pelaku usaha. Kedudukan konsumen cukup strategis, terutama para individu konsumen rumah tangga.<sup>1</sup>

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghasilkan produk dan jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul dari tindakan ini.<sup>2</sup> Perilaku konsumen juga merupakan perilaku pembelian konsumen akhir, perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.<sup>3</sup>

Kotler menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan tindakan-tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh konsumen perorang, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh, dan menggunakan

---

<sup>1</sup> Yuniarti, Vinna Sri. Perilaku Konsumen, (Jawa Barat: CV PustakaSetia, 2015), h. 6.

<sup>2</sup> Engel, J.F., B. Roger., dan P. Miniard. PerilakuKonsumen. Alih bahasa Budiyanto, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2010), h. 3.

<sup>3</sup> Kotler dan Amstrong. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2.Edisi 12. (Jakarta: Erlangga 2008), h. 158.

barang-barang melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.<sup>4</sup>

Schiffman menjelaskan bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang akan menimbulkan minat beli konsumen.<sup>5</sup> Minat beli juga merupakan aktivitas yang timbul karena adanya perasaan dan pikiran terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan. Hal ini dimungkinkan oleh adanya kesesuaian dengan kepentingan individu yang bersangkutan serta memberi kesenangan, kepuasan pada dirinya.<sup>6</sup>

Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga akan semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Barang yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen.<sup>7</sup>

Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas barang itu sendiri, sehingga selera konsumen di sini sangat

---

<sup>4</sup> Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran* :Jilid 1. Edisi 13. (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 214.

<sup>5</sup> Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7, (Jakarta: Prentice Hall, 2004), h. 25.

<sup>6</sup> Simamora, Bilson. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 54.

<sup>7</sup> Philip Kotler dan Lene Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2008), h. 23.

berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu barang harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output barang pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya. Kemampuan itu meliputi: daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, serta atribut yang berharga pada produk secara keseluruhan.<sup>8</sup>

Dengan semakin banyaknya pelaku yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap pelaku usaha harus dapat teliti dalam menetapkan harga. Harga sangat menentukan kelangsungan perusahaan, karena harga merupakan pondasi laku atau tidaknya produk atau barang tersebut ketika dijual. Sehingga, harga hanya dipatok dengan cara yang kompetitif, antara pebisnis atau dengan yang lainnya tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan. Jadi kualitas dan harga adalah variabel pilihan penting bagi konsumen, sehingga harga suatu produk sangat menentukan kualitasnya.<sup>9</sup>

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan atau jual beli dan didalamnya masuk juga bisnis.<sup>10</sup> Seperti dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 275:



<sup>8</sup> Kotler dan Armstrong, Dasar-dasar Pemasaran, (Jakarta: Perhallindo, 2010), h. 27.

<sup>9</sup> Johan Arifin, Etika Bisnis Islami, (Semarang: IAIN Press, 2009), h.107.

<sup>10</sup> *Ibid.* h. 81.



jual beli barang dagangan maupun jual beli di bidang jasa dengan pengertian bahwa jual beli terdapat penyerahan barang atau jasa dari si penjual dengan penggantian yang seimbang dari pihak pembeli.<sup>12</sup> Tetapi, Allah mengharamkan riba. Karena, dalam riba tidak ada penyeimbang langsung, kecuali kesempatan pemanfaatan uang.<sup>13</sup> Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan di bidang usaha pemenuhan kebutuhan individu, baik berupa produksi, konsumsi maupun distribusi yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan. Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.<sup>14</sup>

Berbicara mengenai bisnis yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen tentunya banyak, namun di sini penulis lebih melihat pada minat beli konsumen terhadap minyak kayu putih. Minyak kayu putih yang berasal dari tanaman kayu putih (*Melaleuca leucadendron* Linn) merupakan salah satu tanaman penghasil minyak atsiri yang penting bagi industri minyak atsiri di Indonesia. Tanaman kayu putih merupakan salah satu tanaman penghasil produk hasil hutan bukan kayu yang memiliki prospek cukup baik untuk dikembangkan.<sup>15</sup>

Minyak kayu putih merupakan salah satu jenis minyak atsiri yang banyak digunakan untuk bahan berbagai produk kesehatan atau farmasi

---

<sup>12</sup> Muhammad dan R. Lukman Fauroni. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h.141.

<sup>13</sup> Dwi Suwiknyo. *Ayat-Ayat Ekonomi Islam (Kompilasi Tafsir)*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 128.

<sup>14</sup> Khat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 22.

<sup>15</sup> Mulyadi, T. *Studi Pengelolaan Kayu Putih (*Melaleuca leucadendron* Linn) Berbasis Ekosistem di BDH Karangmojo, Gunung Kidul, Yogyakarta*, Tesis, Fakultas Kehutanan, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. 2005.

sehingga minyak kayu putih menjadi produk yang banyak dicari. Kebutuhan minyak kayu putih saat ini semakin meningkat dengan semakin berkembangnya variasi dari pemanfaatan minyak kayu putih. Memanfaatkan daunnya untuk disuling secara tradisional oleh masyarakat maupun secara komersial menjadi minyak atsiri yang bernilai ekonomi tinggi. Tanaman kayu putih sangat cocok di daerah kering karena dapat menghasilkan minyak dengan kualitas dan bobot yang lebih tinggi dibandingkan dengan daerah yang tanah yang basah. Namun pohon kayu putih memiliki daya adaptasi yang sangat baik, sehingga dapat tumbuh di daerah basah dan kawasan rawa sekalipun.<sup>16</sup>

Potensi tanaman kayu putih di Indonesia cukup besar mulai dari daerah Jawa, Nusa Tenggara Timur, Sulawesi Tenggara, Bali, Papua dan termasuk daerah Maluku. Pulau Buru adalah salah satu kepulauan di Maluku sebagai penghasil minyak kayu putih, pulau yang terdiri dari dua kabupaten ini juga memiliki potensi yang cukup besar dalam penyulingan minyak kayu putih di Indonesia dan sudah banyak desa yang dari sejak dulu melakukan kegiatan penyulingan minyak kayu putih ini salah satunya ialah Desa Waetele Kecamatan Waeapo.

Penduduk desa ini sebagian dari mereka mempunyai mata pencaharian adalah dengan melakukan penyulingan minyak kayu putih ini. Minyak kayu putih yang proses mulai dari pemetikan sampai pada penyulingan merupakan kegiatan sehari-hari sebagian masyarakat Desa

---

<sup>16</sup>A. Rimbawanto dan M. Susanto. Pemuliaan Melaleuca caju putih sub sp caju putih untuk Pengembangan Industri Minyak Kayu Putih Indonesia, Prosiding Ekspose Hasil Litbang Bioteknologi dan Pemuliaan Tanaman Hutan Pusat Penelitian dan Pengembangan Bioteknologi dan Pemuliaan Tanaman Hutan, Yogyakarta. 2004, h. 83.

Waetele ini, salah satu tujuannya agar dapat memenuhi kebutuhan ekonomi atau memberikan kesejahteraan pada mereka. Olehnya itu, tentunya produk hasil penyulingan minyak kayu putih yang mereka hasilkan ini dapat dikreasikan dengan harga dan kualitas yang baik agar dapat berpengaruh pada minat beli konsumen dan juga dapat memberikan keuntungan pada mereka. Tentunya produk minyak kayu putih yang dihasilkan harus dikreasi dalam bentuk halal dan juga baik.

Maka berdasarkan penjelasan di atas kiranya ada kajian yang menyeluruh untuk dapat memberikan penjelasan terkait dengan “Pengaruh Minat Beli Konsumen terhadap Permintaan Minyak Kayu Putih di Desa Waetele Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru (Perspektif Ekonomi Islam)”.

## **B. Rumusan dan Batasan Masalah**

### **1. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah minat beli konsumen berpengaruh terhadap permintaan produk minyak kayu putih di Desa Waetele?
- b. Bagaimana minat beli konsumen dan permintaan minyak kayu putih ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam?

### **2. Batasan masalah**

Mengingat agar permasalahan minat beli konsumen minyak kayu putih dalam permintaan minyak kayu putih yang ada di Desa Waetele



yang akan dibahas dalam penelitian ini tidak meluas dan tidak keluar dari permasalahan di atas, maka penulis membatasi pada minat beli konsumen tingkat akhir yang membeli minyak kayu putih di Desa Waetele”.

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah yang diajukan maka tujuan dilakukan yang penelitian ini adalah:

- a. Agar dapat mengetahui minat beli konsumen berpengaruh terhadap permintaan produk minyak kayu putih di Desa Waetele.
- b. Agar dapat mengetahui minat beli konsumen dan permintaan minyak kayu putih ditinjau dalam perspektif ekonomi Islam.

### **2. Manfaat penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi ilmu pengetahuan tentang pengaruh minat beli konsumen terhadap permintaan minyak kayu putih.
- b. Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pikiran dan bisa menjadi bahan masukan bagi mahasiswa yang ingin mengetahui secara rinci mengenai pengaruh minat beli konsumen terhadap permintaan minyak kayu putih di Desa Waetele dalam perspektif ekonomi Islam.

#### **D. Definisi Operasional**

Variabel diukur dalam rangka memudahkan pelaksanaan penelitian di lapangan, sehingga memerlukan oprasionalisasi dan masing-masing konsep yang digunakan dalam menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dengan kata-kata yang dapat diuji dan diketahui kebenarannya. Adapun defenisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Minat beli merupakan perilaku konsumen yang berupa dorongan keinginan untuk memiliki sehingga berusaha untuk mendapatkan suatu barang.
2. Permintaan adalah segala sesuatu yang diinginkan baik berupa barang atau jasa, yang dapat dipengaruhi oleh tingkat harga dan waktu tertentu.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Lokasi Penelitian

##### 1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini dikategorikan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala.<sup>1</sup> Dengan mempelajari secara intensif latar belakang kasus terakhir, interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu unit sosial, individu, kelompok, dan lembaga masyarakat.<sup>2</sup>

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka yang menjadi fokus kajian adalah minyak kayu putih berdasarkan data-data yang diperoleh oleh Penulis baik data primer maupun data sekunder. Di dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yaitu penelitian dengan menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika, yaitu data-data kuantitatif yang dikumpulkan melalui pengukuran.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> M. Iqbal Hasan, Pokok- Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), h. 11.

<sup>2</sup> Suryani Subrata, Metode Penelitian, (Jakarta: Rajawali Pers, 1995), h. 75.

<sup>3</sup> Syaifudin Azwar, Metode Penelitian, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 1999) h. 20.

## 2. Lokasi penelitian

Penelitian ini memilih lokasi di Desa Waetele Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru. Dengan argumentasi bahwa pemilihan lokasi tersebut memenuhi persyaratan sebagai lokasi penelitian untuk memperoleh data, informasi dan dokumen yang dibutuhkan.

## B. Sumber Data

### 1. Data primer

Data primer adalah data yang di peroleh oleh peneliti dari sumber data pertama di lokasi atau objek penelitian.<sup>4</sup> Pihak pertama dalam penelitian ini adalah konsumen minyak kayu putih di desa waetele sebagai objek yang terpilih melalui wawancara dan kuesioner.

### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah diterbitkan atau digunakan oleh pihak lain.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sekunder dari hasil dokumentasi, literatur dan website yang menunjang penelitian. Dengan dua macam sumber diatas, proses dan hasil penelitian ini, diharapkan dapat mengungkap dan menjelaskan bagaimana pengaruh minat beli konsumen terhadap permintaan minyak kayu putih.

---

<sup>4</sup>Endang Mulyatiningsih, *Motode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 58.

<sup>5</sup> Suharyadi dan Purwanto, *Statistika; Untuk Ekonomi Keuangan Modern*. (Jakarta: Salemba Empat. 2007) h. 23

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.<sup>6</sup> Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>7</sup> Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Jadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Desa Waetele yang pernah membeli minyak kayu putih yaitu sebanyak 1,190 Orang.<sup>8</sup>

### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dengan menggunakan metode *slovin*. *Slovin* atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti.

---

<sup>6</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 173.

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 80.

<sup>8</sup> Data Penduduk Desa Waetele, Jum'at 16 september 2019 jam 9:30 pm

<sup>9</sup> Suharyadi dan Purwanto, *Statistika; Untuk Ekonomi Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 7.

Untuk menemukan ukuran sampel, penulis memakai rumus slovin dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n= Besar Sampel (?)

N= Besaran populasi (1.190)

e= *Error level* (tingkat kesalahan yang dipakai 5%) (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,05 atau 0,5, dan 10% atau 0,1. Dapat dipilih oleh peneliti).

Jumlah populasi (N)=1.190 orang, tingkat *error level* yang ditetapkan oleh peneliti yaitu 10% atau 0,1 maka jumlah sampel (n) adalah:

$$n = \frac{1.190}{1 + 1.190 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.190}{12,9}$$

$$n = 92,248$$

Jadi, dari perhitungan penulis mengambil sampel pada penelitian ini berjumlah 92,248 dibulatkan menjadi 93 responden.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dan informasi yang tepat dan akurat dalam penelitian lapangan (*field research*) yang termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara:

## 1. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.<sup>10</sup>

Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pelaku usaha minyak kayu putih dan konsumen di desa Waetele. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (*semi structure interview*), artinya peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu, akan tetapi pelaksanaannya lebih bebas, dalam arti tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas.

## 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini, kuesioner diberikan kepada konsumen di Desa Waetele yang menjadi sampel. Kuesioner berisi pernyataan yang diajukan oleh peneliti.

---

<sup>10</sup> Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 118.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Op. Cit*, h. 73.

Alasan peneliti menggunakan metode angket (kuesioner) dalam penelitian ini adalah karena dengan menggunakan angket (kuesioner), data dapat terkumpul dalam waktu yang lebih singkat.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi dapat dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian, baik dari sumber dokumen yang dipublikasikan, jurnal ilmiah, Koran, majalah, website, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, dokumentasi didapatkan dari website, dan lembaga-lembaga lain atau sumber-sumber lain yang terkait dengan data yang menunjang dalam penelitian.

## **E. Variabel Penelitian dan Pengukuran**

### **1. Variabel penelitian**

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. variabel dapat dibedakan menjadi variabel dependen dan variabel independen. Variabel independen merupakan variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi perubahan variabel dependen. Sedangkan variabel



dependen adalah variabel terkait yang mempengaruhi karena adanya variabel bebas.<sup>12</sup>

Dalam penelitian ini subyek penelitian adalah konsumen dan objek penelitiannya adalah minyak kayu putih di Desa Waetele. Variabel independen dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen (X), sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah permintaan minyak kayu putih (Y).

Dengan demikian variabel dalam penelitian adalah sebagai berikut.

#### Variabel Dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Variable independen atau variable yang mempengaruhi (X) yaitu minat beli konsumen	1. Minat Transaksional
	2. Minat Referensial
	3. Minat Preferensial
	4. Minat Eksploratif
Variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi (Y) yaitu permintaan minyak kayu putih	1. Pendapatan Konsumen
	2. Harga Komoditas Tekait
	3. Perkiraan Harga Dimasa Datang
	4. Selera Konsumen

<sup>12</sup> Mochamad Fauzi, Metode Penelitian Kuantitatif, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 145.

## 2. Pengukuran variabel

Pengukuran variabel penting bagi penelitian karena untuk mengetahui atau menghubungkan antara konsep abstrak dengan realitas. Dalam penelitian ini, semua indikator dari variabel penelitian diukur menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skor sebagai berikut:

- a. Angka 5 : Sangat Setuju/Sangat Baik.
- b. Angka 4 : Setuju/Baik.
- c. Angka 3 : Kurang Setuju/Kurang Baik.
- d. Angka 2 : Tidak Setuju/Tidak Baik.
- e. Angka 1 : Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Baik.

Dimana skor nilai masing-masing variabel diperoleh dengan menjumlahkan bobot jawaban dibagi dengan jumlah pernyataan. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:<sup>13</sup>

$$X_i = \frac{X_{i1} + X_{i2} + \dots + X_{in}}{n}$$

Untuk menentukan bobot masing-masing variabel, digunakan kategori lima angka yaitu:

- a. 0,00 – 1,00 = sangat rendah
- b. 1,01 – 2,00 = rendah
- c. 2,01 – 3,00 = sedang
- d. 3,01 – 4,00 = tinggi

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, h. 93.

e. 4,01 – 5,00 = sangat tinggi

## F. Metode Pengolahan dan Analisis Data

### 1. Uji instrumen penelitian

#### a. Uji validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalitan dan kesahan suatu instrument. Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur. Validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrument (bias pertanyaan atau pernyataan) benar-benar mampu mengungkap variabel yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu variabel.<sup>14</sup>

#### b. Uji reliabilitas

Reabilitas adalah instrumen untuk mengukur ketepatan, keterandalan, *consistency*, *stability*, atau *dependability* terhadap alat ukur yang digunakan.<sup>15</sup> Suatu alat ukur dikatakan reabilitas atau dapat dipercaya, apabila alat ukur yang digunakan stabil, dapat diandalkan, dan dapat digunakan dalam peramalan. Artinya data yang dikatakan

---

<sup>14</sup> Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Pemasaran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), h. 176.

<sup>15</sup> Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000). h. 287.

reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan bisa memberikan hasil sama walaupun digunakan berkali-kali oleh peneliti berbeda.

## 2. Uji asumsi klasik

### a. Uji normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik Normal P-P Plot, dengan cara melihat penyebaran datanya, jika data menyebar mengikuti pola garis lurus maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.<sup>16</sup>

### b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain, model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>17</sup> Apabila uji di atas level signifikan ( $\alpha > 0,05$ ) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3. Analisis regresi linear sederhana

Regresi ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel satu dengan yang lainnya. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel tergantung atau dependen, sedangkan variabel yang mempengaruhi

---

<sup>16</sup> *Ibid*, h. 181.

<sup>17</sup> Husen Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, ( Jakarta: Rajawali Pers, 2014), Ed.2, Cet.13. h. 179.

disebut variable bebas atau variable independen.<sup>18</sup> Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y= Permintaan Minyak Kayu Putih

X= Minat Beli Konsumen

a= Konstanta

b= Koefisien regresi

#### 4. Uji statistik (uji t)

Uji *t* pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen.<sup>19</sup> Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

1.  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$
2.  $H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

Kriteria pengujian  $t_{hitung}$  adalah:

$H_0: \beta_1 = 0$ , diduga tidak ada pengaruh minat beli konsumen (X) terhadap permintaan minyak kayu putih (Y).

<sup>18</sup> Wiratna Sujarweni, *Kupas tuntas penelitian akuntansi dengan SPSS*, Edisi Lengkap, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2006), h. 102

<sup>19</sup> Imam gozali, *aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. (Semarang, BP UNDIP, 2001) Cet. Pertama, h. 86-87

$H_a: \beta_1=0$ , diduga ada pengaruh minat beli konsumen (X) terhadap permintaan minyak kayu putih (Y).

## 5. Koefisien determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan varian dari variabel terikatnya. Nilai koefisien determinan adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>20</sup>

Jika  $R^2$  semakin besar atau mendekati, maka dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal ini berarti pengaruh model yang dipengaruhi semakin kuat menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap 2 variabel terikat. Sebaliknya, jika R semakin kecil atau mendekati 0, maka dikatakan bahwa pengaruh variabel (X) adalah kecil terhadap variabel (Y). Hal ini berarti model yang dipergunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

---

<sup>20</sup> Ibid, h.87

## **BAB V**

### **PENUTUP**

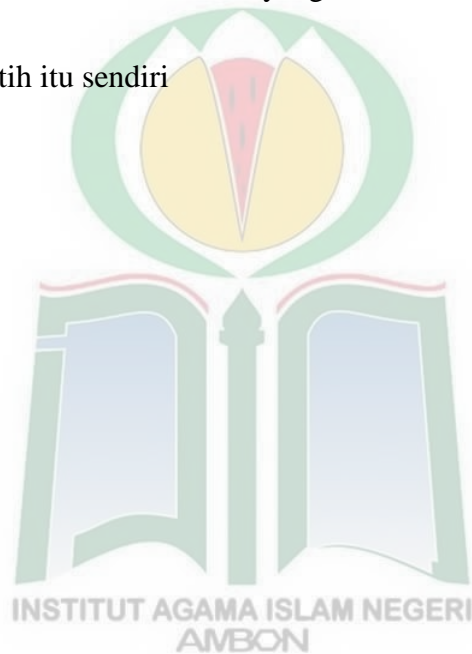
#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Bahwa minat beli tidak berpengaruh terhadap permintaan minyak kayu putih karena banyak petani minyak kayu putih sehingga hasil produksinya lebih dikonsumsi sendiri. Adapun permintaan konsumen diluar Desa Waetele seperti Namlea dan Daerah diluar Pulau Buru. Selain itu pendapatan masyarakat yang minim sehingga daya beli masyarakat rendah.
2. Dalam perspektif ekonomi Islam terhadap permintaan minyak kayu putih di Desa Waetele di pengaruhi oleh kualitas minyak kayu putih itu sendiri dimana di katakan kualitas baik dilihat dari kandungan sineol atau BD pada daun minyak kayu putih tersebut. Dan kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.

## B. Saran

1. Untuk konsumen sangat diharapkan untuk mengetahui kandungan yang ada pada daun dan manfaatnya bagi tubuh.
2. Untuk pihak penyulingan di harapkan lebih luas lagi dalam memasarkan produknya dengan menjelaskan kandungan pada daun dan kualitas dan manfaat yang di berikan pada tubuh dari minyak kayu putih itu sendiri





## Dokumentasi



Responden 1 Ibu Siti Khadijah



Responden 2 Ibu Siti Aminah



Responden 3 Ibu Siti



Responden 4 Bpk Totong



Responden 5 Bpk Dede Martono



Responden 6 Ibu Enah



Responden 7 Ibu Nokanah



Responden 8 Bpk Anto



Responden 9 Ibu Suriati



Responden 10 Ibu Sari



Responden 11 Bpk Sarija



Responden 12 Ibu Nonok



Responden 13 Bpk Arif



Responden 14 Ibu Janiati



Responden 15 Bpk Darim



Responden 16 Ibu Salam



Responden 17 Bpk Supena



Responden 18 Ibu Ningsih



Responden 19 Ibu Nur



Responden 20 Ibu Yanti



Responden 21 Ibu Musliani



Responden 22 Bpk Alwan



Responden 23 Bpk Sidik



Responden 24 Bpk Dede



Responden 25 Ibu Iin



Responden 26 Ibu Nunung



Responden 27 Bpk Dirin



Responden 28 Bpk Jae



Responden 29 Ibu Nyai



Responden 30 Bpk Adi



Responden 31 Ibu Julaika



Responden 32 Bpk Sugeng



Responden 33 Ibu Darna



Responden 34 Ibu Maryani



Responden 35 Ibu Badriah



Responden 36 Ibu Mimin



Responden 37 Ibu Marsiah



Responden 38 Ibu Yanti. S



Responden 39 Ibu Lasmini



Responden 40 Ibu Jum



Responden 41 Ibu Neni



Responden 42 Bpk Satiman



Responden 43 Bpk Wawan



Responden 44 Bpk Supriadi



Responden 45 Ibu Jubaidah



Responden 46 Ibu War Boki



Responden 47 Bpk Salam



Responden 48 Ibu Nani



Responden 49 Ibu Mona



Responden 50 Bpk Sugito



Responden 51 Ibu Ani



Responden 52 Ibu Misi



Responden 53 Ibu Kiki



Responden 54 Bpk Tunny



Responden 55 Ibu Sry



Responden 56 Bpk Mualim



Responden 57 Bpk La Nuju



Responden 58 Ibu Juwati



Responden 59 Bpk Tusman



Responden 60 Ibu Yarmi



Responden 61 Bpk Budi



Responden 62 Bpk Dede



Responden 63 Bpk Latu



Responden 64 Ibu Tarsih



Responden 65 Bpk Otong



Responden 66 Ibu Parmi



Responden 67 Ibu Jinni



Responden 68 Ibu Eva



Responden 69 Bpk Yusuf



Responden 70 Bpk Jaenal



Responden 71 Ibu Jama



Responden 72 Ibu Ina



Responden 73 Bpk Tono



Responden 74 Ibu Sopiah



Responden 75 Bpk Onyong



Responden 76 Bpk Dede



Responden 77 Bpk Husen



Responden 78 Bpk Hady



Responden 79 Ibu Watini



Responden 80 Bpk Saimin



Responden 81 Ibu Adminah



Responden 82 Bpk Aman



Responden 83 Ibu Tuti



Responden 84 Ibu Tariyah



Responden 85 Ibu Serina



Responden 86 Bpk Supar



Responden 87 Ibu Roliah



Responden 88 Bpk Tarsan



Responden 89 Bpk Indra



Responden 90 Bpk Marno



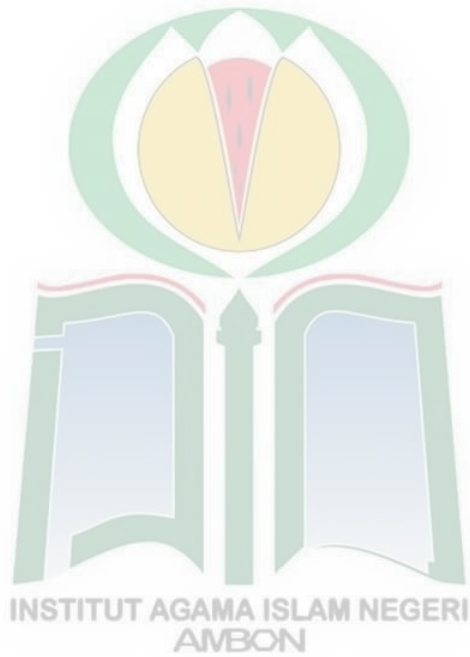
Responden 91 Bpk Ujang



Responden 92 Ibu Sri



Responden 93 Ibu Susanti









Lampiran 4. Rekapitulasi Transformasi Data Variabel Minat Beli Konsumen dan Permintaan Minyak Kayu Putih

No Responden	Minat Beli Konsumen (X)	Permintaan Minyak Kayu Putih (Y)
1	23,62	32,02
2	25,90	27,85
3	24,14	31,71
4	24,93	28,88
5	22,82	30,44
6	24,85	32,52
7	23,25	33,56
8	24,51	24,20
9	25,94	30,17
10	24,85	41,49
11	24,15	29,67
12	20,40	33,56
13	24,45	23,45
14	22,51	31,61
15	19,71	23,20
16	20,71	32,01
17	21,09	31,59
18	24,86	31,71
19	25,47	29,68
20	22,55	30,99
21	24,42	30,99
22	24,92	25,66
23	24,83	33,56
24	23,62	30,48
25	25,90	29,41
26	22,98	31,92
27	24,92	25,66
28	22,82	28,91
29	24,90	33,56
30	19,36	38,40
31	22,63	30,67
32	25,95	30,45
33	24,44	33,56
34	22,84	37,73
35	21,38	34,67
36	21,32	31,40
37	22,42	28,32
38	22,01	31,70
39	14,71	41,49
40	24,07	33,46
41	23,68	31,61
42	23,91	29,88
43	24,06	33,56
44	22,05	30,19
45	23,40	31,11

46	23,33	27,23
47	21,04	33,56
48	25,94	28,88
49	23,27	32,76
50	21,58	30,35
51	24,91	26,47
52	23,18	28,60
53	18,14	26,47
54	23,09	29,23
55	25,94	22,75
56	26,01	32,38
57	23,27	30,29
58	22,86	29,42
59	17,28	28,93
60	22,95	33,54
61	19,13	32,14
62	23,67	29,63
63	19,95	29,63
64	21,11	29,25
65	22,61	26,47
66	20,33	33,56
67	20,57	28,90
68	20,30	32,01
69	21,87	31,35
70	21,05	32,26
71	18,50	33,56
72	22,97	29,25
73	20,20	31,55
74	16,85	32,39
75	17,42	32,72
76	22,36	30,48
77	17,24	31,25
78	24,70	32,59
79	24,08	31,79
80	25,94	28,61
81	24,43	33,54
82	23,21	38,40
83	20,66	32,61
84	23,18	28,91
85	23,60	32,27
86	18,78	32,50
87	24,91	24,13
88	23,66	28,87
89	21,85	33,85
90	18,95	37,87
91	22,85	38,40
92	17,99	29,68
93	23,27	33,86

Lampiran 5.

**Output SPSS 22**

1. Hasil Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Q1	93	2,37	1,00	3,37	2,9971	,05705	,55012	,303
Q2	93	1,84	1,00	2,84	2,6839	,04170	,40216	,162
Q3	93	1,87	1,00	2,87	2,6316	,05474	,52785	,279
Q4	93	2,05	1,00	3,05	2,7261	,05827	,56196	,316
Q5	93	3,87	1,00	4,87	3,2398	,09218	,88896	,790
Q6	93	2,17	1,00	3,17	2,7263	,06104	,58868	,347
Q7	93	2,15	1,00	3,15	2,8396	,05681	,54784	,300
Q8	93	2,12	1,00	3,12	2,7222	,05791	,55851	,312
Q9	93	2,24	1,00	3,24	3,0175	,05950	,57375	,329
Q10	93	10,29	1,00	11,29	8,0212	,18913	1,82395	3,327
Q11	93	9,92	1,00	10,92	8,0249	,19229	1,85438	3,439
Q12	93	1,95	1,00	2,95	2,4891	,06738	,64975	,422
Q13	93	2,13	1,00	3,13	2,5589	,08396	,80966	,656
Q14	93	7,67	1,00	8,67	2,0434	,13223	1,27520	1,626
Q15	93	1,84	1,00	2,84	2,4867	,05731	,55271	,305
Q16	93	1,86	1,00	2,86	2,4889	,05821	,56135	,315
Valid N (listwise)	93							

2. Hasil uji validitas dan reabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	93	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,603	8

Item-Total Statistics

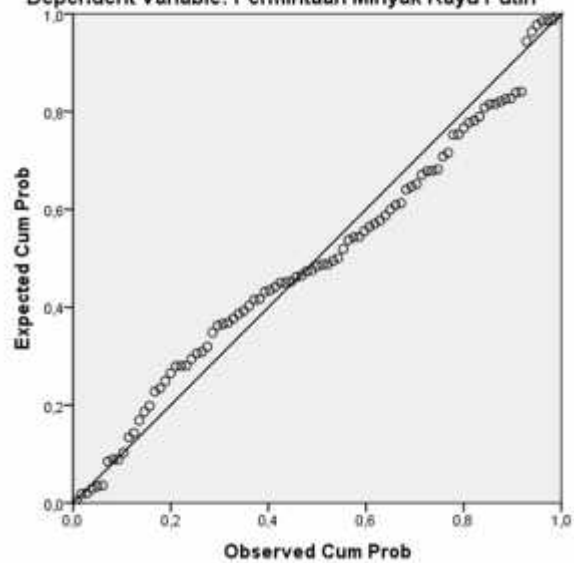
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	19,5695	4,678	,406	,542
Q2	19,8827	5,000	,436	,549
Q3	19,9349	5,076	,249	,585
Q4	19,8404	4,922	,284	,576
Q5	19,3268	4,061	,305	,587
Q6	19,8402	4,906	,266	,581
Q7	19,7270	5,033	,249	,585
Q8	19,8444	4,806	,338	,561

3. Hasil uji normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Permintaan Minyak Kayu Putih



#### 4. Hasil uji heteroskedastisitas

Correlations

			Minat Beli Konsumen	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Minat Beli Konsumen	Correlation Coefficient	1,000	,028
		Sig. (2-tailed)	.	,793
		N	93	93
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,028	1,000
		Sig. (2-tailed)	,793	.
		N	93	93

#### 5. Hasil analisis regresi sederhana

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Minat Beli Konsumen <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Permintaan Minyak Kayu Putih

b. All requested variables entered.

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	39,966	3,269		12,227	,000
1 Minat Beli Konsumen	-,392	,144	-,275	-2,723	,008

a. Dependent Variable: Permintaan Minyak Kayu Putih

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
AMBON

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84,013	1	84,013	7,416	,008 <sup>b</sup>
	Residual	1030,930	91	11,329		
	Total	1114,943	92			

a. Dependent Variable: Permintaan Minyak Kayu Putih

b. Predictors: (Constant), Minat Beli Konsumen

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,275 <sup>a</sup>	,075	,065	3,36584

a. Predictors: (Constant), Minat Beli Konsumen

b. Dependent Variable: Permintaan Minyak Kayu Putih

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 1)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	57	285	68,3
Setuju	4	30	120	28,8
Kurang Setuju	3	2	6	1,4
Tidak Setuju	2	2	4	1,0
Sangat Tidak Setuju	1	2	2	0,5
Jumlah		93	417	100,0
Rata-rata Bobot		4,5	Sangat Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 2)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	36	180	47,4
Setuju	4	42	168	44,2
Kurang Setuju	3	5	15	3,9
Tidak Setuju	2	7	14	3,7
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	0,8
Jumlah		93	380	100,0
Rata-rata Bobot		4,1	Sangat Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 3)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	28	140	38,1
Setuju	4	48	192	52,3
Kurang Setuju	3	6	18	4,9
Tidak Setuju	2	6	12	3,3
Sangat Tidak Setuju	1	5	5	1,4
Jumlah		93	367	100,0
Rata-rata Bobot		3,9	Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 4)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	32	160	44,6
Setuju	4	34	136	37,9
Kurang Setuju	3	13	39	10,9
Tidak Setuju	2	10	20	5,6
Sangat Tidak Setuju	1	4	4	1,1
Jumlah		93	359	100,0
Rata-rata Bobot		3,9	Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 5)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	12	60	16,9
Setuju	4	62	248	69,9
Kurang Setuju	3	12	36	10,1
Tidak Setuju	2	4	8	2,3
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	0,8
Jumlah		93	355	100,0
Rata-rata Bobot		3,8	Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 6)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	21	105	29,9
Setuju	4	48	192	54,7
Kurang Setuju	3	10	30	8,5
Tidak Setuju	2	10	20	5,7
Sangat Tidak Setuju	1	4	4	1,1
Jumlah		93	351	100,0
Rata-rata Bobot		3,8	Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 7)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	32	160	43,5
Setuju	4	40	160	43,5
Kurang Setuju	3	9	27	7,3
Tidak Setuju	2	9	18	4,9
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	0,8
Jumlah		93	368	100,0
Rata-rata Bobot		4,0	Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 8)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	45	225	58,3
Setuju	4	31	124	32,1
Kurang Setuju	3	7	21	5,4
Tidak Setuju	2	6	12	3,1
Sangat Tidak Setuju	1	4	4	1,0
Jumlah		93	386	100,0
Rata-rata Bobot		4,2	Sangat Tinggi	



Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 9)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	47	235	59,2
Setuju	4	33	132	33,2
Kurang Setuju	3	7	21	5,3
Tidak Setuju	2	3	6	1,5
Sangat Tidak Setuju	1	3	3	0,8
Jumlah		93	397	100,0
Rata-rata Bobot		4,3	Sangat Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 10)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	38	190	50,0
Setuju	4	40	160	42,1
Kurang Setuju	3	5	15	3,9
Tidak Setuju	2	5	10	2,6
Sangat Tidak Setuju	1	5	5	1,3
Jumlah		93	380	100,0
Rata-rata Bobot		4,1	Sangat Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 11)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	19	95	26,7
Setuju	4	56	224	62,9
Kurang Setuju	3	6	18	5,1
Tidak Setuju	2	7	14	3,9
Sangat Tidak Setuju	1	5	5	1,4
Jumlah		93	356	100,0
Rata-rata Bobot		3,8	Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 12)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	15	75	21,6
Setuju	4	59	236	68,0
Kurang Setuju	3	5	15	4,3
Tidak Setuju	2	7	14	4,0
Sangat Tidak Setuju	1	7	7	2,0
Jumlah		93	347	100,0
Rata-rata Bobot		3,7	Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 13)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	11	55	16,0
Setuju	4	60	240	69,8
Kurang Setuju	3	11	33	9,6
Tidak Setuju	2	5	10	2,9
Sangat Tidak Setuju	1	6	6	1,7
Jumlah		93	344	100,0
Rata-rata Bobot		3,7	Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 14)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	17	85	24,0
Setuju	4	58	232	65,5
Kurang Setuju	3	8	24	6,8
Tidak Setuju	2	3	6	1,7
Sangat Tidak Setuju	1	7	7	2,0
Jumlah		93	354	100,0
Rata-rata Bobot		3,8	Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 15)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	21	105	29,7
Setuju	4	54	216	61,0
Kurang Setuju	3	4	12	3,4
Tidak Setuju	2	7	14	4,0
Sangat Tidak Setuju	1	7	7	2,0
Jumlah		93	354	100,0
Rata-rata Bobot		3,8	Tinggi	

Rata-rata Bobot Jawaban Responden (Pertanyaan 16)

Kategori Jawaban	Skor	Frekuensi (Orang)	Bobot	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	21	105	29,8
Setuju	4	53	212	60,2
Kurang Setuju	3	4	12	3,4
Tidak Setuju	2	8	16	4,5
Sangat Tidak Setuju	1	7	7	2,0
Jumlah		93	352	100,0
Rata-rata Bobot		3,8	Tinggi	



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) AMBON**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. H. Tarmizi Taher Kebun Cengkeh Batu Merah Atas- Ambon 97128  
Tlp. (0911) 310813 Fax. (0911) 344315 E-mail: [iain\\_ambon07@yahoo.com](mailto:iain_ambon07@yahoo.com)

Nomor : B-799 /In.09/2/2.a/TL.00/07/2019  
Lamp : 1 (satu) Eksampul Proposal Skripsi  
Perihal : Izin Penelitian

Ambon, 22 Juli 2019

Kepada Yth :

**Bupati Buru**

Di  
Namlea

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon:

Nama : Anis Setiawati  
NIM : 150105072  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Semester : VIII (Delapan)

Dalam waktu dekat akan menyelesaikan penulisan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana dengan judul:

**Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Permintaan Minyak Kayu Putih di Desa Waetele Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru (Perspektif Ekonomi Islam)**

Sehubungan dengan hal tersebut, maka kami memohon kepada Bapak, kiranya dapat mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan untuk mengadakan penelitian di Desa Waetele Kecamatan Waeapo tanggal 22 Juli 2019 sampai dengan tanggal 22 Agustus 2019.

Demikian, atas kerja sama yang baik, kami sampaikan terima kasih.

Wassalam,

An. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik

  
Husin Wattimena, M.Si  
NIP. 196811271999031001

Tembusan, disampaikan kepada Yth :

1. Mahasiswa Yang Bersangkutan di Tempat
2. Arsip



**PEMERINTAH KABUPATEN BURU**  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**  
**Jln. Nametek – Namlea Tlp/Fax (0913) 21821**

Kode Pos

9	7	5	7	1
---	---	---	---	---

**REKOMENDASI IZIN PENELITIAN**  
**NOMOR : 074 / 130 / BKBP / VII / 2019**

**MENUNJUK**            SURAT                : Wakil Dekan Bidang Akademik IAIN  
 NOMOR                : B-799/In.09/2/2.a/TL.00/07/2019  
 TANGGAL             : 22 Juli 2019  
 PERIHAL              : Permohonan Izin Penelitian

- DASAR**                :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor : 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi- Penelitian.
  2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
  3. Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : SD.6 / 2 / 12 tanggal 5 Juli 1972 tentang Kegiatan Riset dan Survey diwajibkan Melaporkan Diri Kepada Gubernur Kepala Daerah atau Pejabat yang ditunjuk.
  4. Peraturan Daerah Nomor : 24 Tahun 2014 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga-Lembaga Teknis Daerah Provinsi Maluku.

Dengan ini menyatakan tidak keberatan memberi izin untuk melaksanakan penelitian / pengabdian masyarakat kepada :

Nama                        : **ANIS SETIAWATI**  
 NPM                         : 150105072  
 Pekerjaan                 : Mahasiswa. Prodi. Ekonomi Syariah  
 Tema / Judul              : **“ Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Permintaan Minyak Kayu Putih di Desa Waetele Kecamatan Waeapo Kabupaten Buru (Perspektif Ekonomi Islam)”**  
 Tempat / Lokasi         : Desa Waetele  
 Tanggal (Waktu)         : 22 Juli 2019 – 22 Agustus 2019

Sehubungan dengan maksud tersebut diatas, maka dalam pelaksanaannya agar memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a) Mentaati semua ketentuan / peraturan yang berlaku.
- b) Melaporkan kepada Instansi terkait untuk mendapatkan petunjuk yang diperlukan.
- c) Surat Rekomendasi ini hanya berlaku bagi kegiatan : *Penelitian*.
- d) Tidak Menyimpang dari maksud yang diajukan serta tidak keluar dari lokasi Penelitian.
- e) Memperhatikan keamanan dan ketertiban umum selama pelaksanaan kegiatan berlangsung.
- f) Memperhatikan dan mentaati budaya dan adat istiadat setempat.
- g) Menyampaikan 1(satu) Wks. Hasil penelitian kepada Bupati Buru Cq.Ka. Badan Kesbangpol Kabupaten Buru.
- h) Surat Rekomendasi ini berlaku sampai dengan 22 Agustus 2019, serta dicabut apabila terdapat penyimpangan/pelanggaran dari ketentuan tersebut.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Namlea, 29 Juli 2019

a.n. Bupati Buru  
**Kepala Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik**  
**Kabupaten Buru**  
 Kasubid Bidang Ekososbud

**(UMAR LIEM, SE)**  
 Nip: 19731102 199303 1 003

*Tembusan disampaikan Kepada Yth :*

1. Bupati Buru Sebagai Laporan
2. Camat Waeapo
3. Kepala Desa Waetele
- ④ Sdr/i ANIS SETIAWATI
5. Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN BURU  
KECAMATAN WAEAPO  
Jl. Gatot Subroto No. 01 ☎ ( 0913 ) 21422  
WAENETAT

SURAT IZIN PENELITIAN  
NOMOR : 070/127/BKB.P/II/2019

Memperhatikan Surat Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Buru Nomor. 074/130/BKBP/VII/2019 Tanggal 29 Juli 2019 Tentang Permohonan ijin Penelitian, maka pada prinsipnya kami tidak berkeberatan untuk :

**Memberi Izin Kepada**

Nama : ANIS SETIAWATI

NIM : 150105072

Program Studi : Ekonomi Syariah

Untuk mengadakan kegiatan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi.

Judul : *“Pengaruh Minat Beli konsumen Terhadap Permintaan Minyak Kayu Putih di Desa Waetele Kecamatan Waeapo, Kabupaten Buru Provinsi Maluku(Prespektif Ekonomi islam)”*

Lokasi : Desa Waetele, Kecamatan Waeapo, Kab. Buru

Waktu : 22 Juli – 22 Agustus 2019

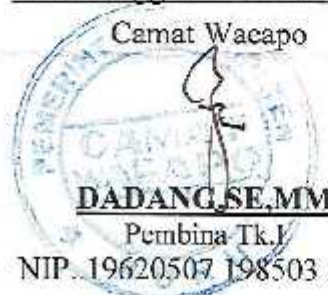
Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Rekomendasi ini hanya berlaku bagi kegiatan pengambilan data penelitian.
- Memenuhi peraturan atau ketentuan yang berlaku.
- Melaporkan kepada Instansi terkait untuk mendapat petunjuk yang diperlukan.
- Tidak menyimpang dari maksud dan lokasi yang diajukan.
- Memperhatikan dan mentaati adat-istiadat serta budaya setempat.
- Surat keterangan ini berlaku sampai dengan tanggal 22 Agustus 2019
- Melaporkan hasil penelitian poin (a) secara tertulis kepada yang mengeluarkan rekomendasi setelah kegiatan selesai.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Waenetat  
Pada Tanggal : 31 Juli 2019

Camat Waeapo



**DADANG SE, MM**

Pembina Tk.I

NIP. 19620507 198503 1 020