

PENGARUH FACTOR KEPERAYAAN, PENDAPATAN DAN PENGETAHUAN TERHADAP RESPON KONSUMEN ATAS MAJALAH ELMAHRUSY DARI ELMAHRUSY MEDIA

Indah Ayudianti

Ekonomi Syariah Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri
indahayudynt@gmail.com

ABSTRAK

Jurnal ini ditulis dengan tujuan untuk menganalisis faktor kepercayaan, pendapatan, dan pengetahuan yang terjadi pada pemilik UMKM yaitu majalah *elmahrusy* yang saat ini sangat diminati. Data dikumpulkan melalui pembagian kuesioner ke santri kelas 12 asrama *arraoudhoh* pondok pesantren *almahrusiyah putri lirboyo*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan beberapa analisis regresi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, pendapatan dan pengetahuan dalam majalah *elmahrusy* mempengaruhi minat konsumen untuk membeli dan membaca majalah *elmahrusy* di *elmahrusy media*. Dalam hal praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi *elmahrusy media* sebagai pertimbangan untuk menentukan kebijakan lebih lanjut dalam melihat peluang untuk mencapai peningkatan minat konsumen dalam membeli majalah *elmahrusy*, karena telah terbukti bahwa penelitian ini melihat pengaruh positif kepercayaan, pendapatan dan pengetahuan untuk meningkatkan UMKM majalah *elmahrusy* dari *elmahrusy media*.

Kata Kunci: Kepercayaan, Pendapatan dan Pengetahuan Terhadap Respon Konsumen.

ABSTRACT

This journal was written with the aim of analyzing the trust, income and knowledge factors that occur in MSME owners, namely the Elmahrusy magazine which is currently very popular. Data was collected by distributing questionnaires to class 12 students at the Arraoudhoh boarding school, Almahrusiyah Putri Lirboyo Islamic boarding school. Data analysis using descriptive analysis and several regression analyses, the results of this research show that trust, income and knowledge in Elmahrusy magazine influence consumer interest in buying and reading Elmahrusy magazine on Elmahrusy Media. In practical terms, it is hoped that the findings of this research will be useful for Elmahrusy Media as a consideration for determining further policies in looking at opportunities to achieve increased consumer interest in buying Elmahrusy magazines, because it has been proven that this research looks at the positive influence of trust, income and knowledge to increase the magazine's MSMEs. elmahrusy from elmahrusy media.

Keywords: Income and Knowledge of Consumer Responses, Trust.

PENDAHULUAN

Dalam era modern saat ini yang tidak dapat di hindari adalah bentuk dalam perkembangan zaman dan teknologi. Indonesia adalah negara berkembang yang mayoritas jumlah penduduknya memeluk agama islam. namun, dengan berkembangnya perkembangan zaman tersebut banayak sekali pergaulan bebas yang begitu kejam, seperti narkoba pergaulan seks dan lain sebagainya. Oleh karna itu tidak sedikit Masyarakat

Indonesia yang bersekolah di pondok pesantren untuk menghindari hal-yang terjadi di dunia luar saat ini.

Di pondok pesantren kita banyak sekali diajarkan ilmu pengetahuan terutama ilmu pengetahuan islam, mendalami dan meneladani sebagai umat yang taat kepada allah. Akan tetapi bukan berarti santri pondok pesantren tidak bisa mengikuti perkembangan zaman tersebut. Mereka memiliki cara sendiri untuk mengetahui dan menyikapi era modern saat ini, di pondok pesantren almahrusiyah putri asrama arroudhon terutama, ada sebuah organisasi atau UMKM di mana anggotanya beranggotakan para santri tersebut, organisasi ini juga menciptakan produk-produk berkualitas salah satunya seperti majalah elmahrusy yang sering kita lihat. Majalah elmahrusy adalah majalah santri yang di buat oleh santri untuk santri, tetapi juga sudah di pasarkan di luar pondok pesantren. majalah elmahrusy sendiri berisi berita-berita terkini. Menyajikan topik-topik yang menarik bagi para santri, didalamnya juga ada cerpen yang tidak kalah menariknya.

Walaupun dibuat oleh santri majalah elmahrusy juga memiliki kualitas yang baik dalam menyajikan informasinya, selain memiliki media cetak elmahrusy media juga memiliki akun social media yang mana pengikutnya mencapai 68.7k, dimana akun yang dimiliki elmahrusy media juga aktif di dunia maya sehingga dapat melakukan promosi produk dengan baik. Biasanya tim majalah mengambil rujukan literatur dari buku, jurnal, kitab, wawancara dan interviu untuk mendapatkan berita yang valid untuk juga untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Biasanya konsumen akan lebih tertarik jika judul yang di berikan juga sangat menarik sehingga menjadi salah satu Upaya untuk meningkatkan jumlah pembeli dan meningkatkan pendapatan elmahrusy media itu sendiri. Majalah elmahrusy juga merupakan majalah terbaik di jawa timur sehingga kerap menjadi contoh untuk pembelajaran dan motivasi selain itu juga karna elmahrusy media satu-satunya yang punya sumber pedoman atau buku pedoman yang terstrukturnya pertahun.

Selain majalah elmahrusy dari elmahrusy media juga memproduksi beberapa bulletin, stiker, stiker, buku, gantungan kunci dan aksesoris.

Kepercayaan

Keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok sejalan dengan pandangannya disebut kepercayaan (atau percaya). Dengan kata lain, kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa suatu benda mempunyai kualitas tertentu. Kepercayaan adalah hasil dari proses akumulasi bertahap. Kesan pengalaman dan pembelajaran yang berulang-ulang melahirkan gagasan ini (Amir, 2005). Kepercayaan terhadap majalah elmahrusy dalam penelitian ini di definisikan sebagai kemauan atau minat konsumen untuk membeli dan membaca majalah elmahrusy dari elmahrusy media karena yakin elmahrusy media profesional, Amanah dan transparan.

Disamping akan menimbulkan kepercayaan terhadap konsumen, majalah elmahrusy akan terus menciptakan produk majalah elmahrusy menjadi lebih baik dan berkualitas kedepannya.

Pendapatan

Pendapatan pada hakikatnya adalah imbalan yang diterima pemilik faktor produksi atas pengorbanan yang dilakukannya selama proses produksi. Setiap faktor produksi seperti tanah akan mendapat imbalan berupa sewa tanah, pekerja akan mendapat imbalan berupa gaji atau upah, dan tenaga ahli termasuk pengusaha akan mendapat jasa berupa keuntungan. Pendapatan adalah perolehan aset yang diterima sebagai hasil imbalan atas

jasa. Pendapatan merupakan tambahan harta yang diperoleh dari sumber yang diketahui dan bersifat permanen (Satrio dan Siswantoro, 2016). Pendapatan seseorang sangat mempengaruhi untuk membeli majalah elmahrusy karena pendapatan memiliki hubungan mengenai apakah harta yang mereka miliki dapat digunakan untuk kebutuhan primer seperti membeli majalah elmahrusy ini.

Pengetahuan

Maju atau tidaknya suatu bangsa, ilmu pengetahuan adalah sumber utamanya dan dimulai dari minat warganya terhadap ilmu pengetahuan. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya peradaban internasional yang berdasarkan pemikiran masyarakat yang hidup pada masa tersebut telah mengangkat taraf peradaban bangsa ini. Oleh karena itu, untuk mencapai kehidupan yang lebih baik, informasi merupakan hal yang sangat penting dan memerlukan perhatian. Ilmu pengetahuan adalah suatu hasil tau dari manusia atas penggabungan atau Kerjasama antara suatu subjek yang mengetahui dan objek yang di ketahui, segenap apa yang di ketahui tentang suatu objek tertentu (nurroh, 2017). Pengetahuan sangatlah penting bagisetiap manusia, dengan adanya pengetahuan manusia dapat mengetahui dan memahami sesuatu dengan baik dan tepat serta bisa menjawab pertanyaan dengan jawaban yang sesuai. Dengan pengetahuan manusia menjadi semakin maju. Penegtahuan yang ada di dalam majalah elmahrusy sangat mempengaruhi minat konsumen dalam berpartisipasi untuk membacanya.

Minat konsumen

Ketika diberi kebebasan untuk memilih, orang termotivasi untuk mengejar kepentingannya dan merasa tertarik dengan apa yang mereka lakukan. Hal ini disebut dengan bunga. Hal ini pada gilirannya menyebabkan penurunan minat jika kepuasan menurun. Dalam Kumalahadi (2012). Oleh karena itu, minat dapat diartikan sebagai motivator yang kuat bagi seseorang untuk tidak berhenti dalam mewujudkan tujuan dan prinsip yang benar-benar diinginkannya. Ketertarikan yang kuat terhadap apa pun merupakan motivator yang kuat untuk melakukan tindakan yang didorong oleh kepentingan dalam membeli produk majalah elmahrusy.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan penelitian kuantitatif kausal sebagai metodologinya. Pendekatan penelitian kausal ini dapat digunakan untuk menentukan atau menunjukkan hubungan antara sebab dan akibat dari banyak variabel. Melalui penggunaan teknik penelitian kausal, penelitian ini diyakini akan memberikan pencerahan tentang hubungan antara pengetahuan, kepercayaan, dan pendapatan serta bagaimana pengaruhnya terhadap minat pelaku UMKM untuk membeli majalah elmahrusy dari elmahrusy media. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer yang di dapat dari hasil penyebaran kuesioner dimana akan dibagikan kepada responden yang bersangkutan.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas 12 asrama arroudhoh di pondok pesantren al-mahrusiyah lirboyo kota kediri dengan jumlah sebanyak 100 siswi. Untuk menentukan ukuran sampel minimum dari populasi yang di ambil yaitu menggunakan persamaan slovin untuk memudahkan peneliti dalam pengolahan data maka peneliti membulatkan sampel menjadi 50 siswi kelas 12 asrama ar-raoudhoh di pondok pesantren al-mahrusiyah lirboyo kediri. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu non probability sapling dengan Teknik purposive sampling. Dalam

penelitian ini yang menjadi sampel yaitu siswi kelas 12 yang memenuhi kreteria sebagai berikut:

- 1) Telah terdaftar di madrasah Aliyah (MA) dan pondok pesantren al-mahrusiyah asrama ar-raoudhoh.
- 2) Tinggal di asrama ar-raoudhoh.
- 3) Pernah membaca majalah elmahrusy dari elmahrusy media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada siswi kelas 12 yang telah memenuhi syarat sebagai seorang siswi dan santri yang membaca majalah elmahrusy media. Jumlah kuesioner yang disebarkan berjumlah 50 kuesioner. Berikut rincian mengenai tingkat pengembalian kuesioner yang disajikan dalam table berikut:

Profil Responden

Tabel 1. Profil responden

Kriteria	Jumlah (eks)	Persentase
Perempuan	50	100%
Umur 17-18 tahun	50	100%
Siswi kelas 12	50	100%

Responden yang diambil berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 50 orang (100%). Untuk cakupan tentang usia, mayoritas responden yang ada dalam penelitian berusia 17 hingga 18 tahun sebanyak 50 orang (100%). Dan merupakan siswi kelas 12 MA almahrusiyah yaitu sebanyak 50 orang (100%).

Statistik Deskriptif

Dalam pengolahan data, hasil dari jawaban responden tersebut diberi skor yang menunjukkan tingkat frekuensi responden dalam memilih jawaban dengan diberi skor 1 sampai 5. Gambaran umum tentang statistik deskriptif dari data yang telah diolah seperti yang terlihat pada table berikut:

Tabel 2. Hasil pengujian validitas variabel x1

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X1	0,639	0.272	Valid
X2	0,640	0.272	Valid
X3	0,507	0.272	Valid
X4	0,455	0.272	Valid

Tabel 3. Hasil pengujian validitas variabel x2

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
X1	0.802	0.272	Valid
X2	0.708	0.272	Valid
X3	0.518	0.272	Valid

X4	0.651	0.272	Valid
----	-------	-------	-------

Tabel 4. Hasil pengujian validitas variabel x3

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0.515	0.272	Valid
Y2	0.830	0.272	Valid
Y3	0.554	0.272	Valid
Y4	0.496	0.272	Valid

Berdasarkan table diatas semua item pertanyaan untuk variabel X1, variabel X2 dan variabel Y memiliki nilai R hitung lebih besar dari 0.272 dengan signifikan masing-masing variabel 0.000. artinya semua item pertanyaan sudah memenuhi kriteria uji validitas dengan CFA yaitu nilai MSA nya diatas 0,272 sehingga dikatakan valid dan dapat dilanjutkan untuk digunakan pada pengujian selanjutnya.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Tabel 5.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.207	4

Tabel 6.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.611	4

Tabel 7.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.343	4

Uji Normalitas Data**Tabel 8. Uji Normalitas Data**

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.788	2.516		3.096	.003
	KEPERCAYAAN	.546	.153	.494	3.564	.001
	PENDAPATAN	-.059	.144	-.056	-.406	.687

a. Dependent Variable: PENGETAHUAN

Hasil Uji Homogeneity**Tabel 9. Hasil Uji Homogeneity**

Test of Homogeneity of Variances				
hasil kuesioner				
Levene Statistic	df1	df2	Sig.	
.099	2	147	.906	

Hasil Pengujian Hipotesis**Tabel 10. Hasil Pengujian Hipotesis**

Variable	Koefisien	T-statistik	Signifikansi	Hasil
X1		2.555	0.014	Diterima
X2		4.291	0.000	Diterima
Y		-.722	0.474	Diterima

Hasil Uji Statistik-T**Tabel 10. Hasil Uji Statistik-T**

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.788	2.516		3.096	.003
	kepercayaan	.546	.153	.494	3.564	.001
	pendapatan	-.059	.144	-.056	-.406	.687

a. Dependent Variable: pengetahuan

Tabel 11.

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.362	2	27.681	6.871	.002 ^a
	Residual	189.358	47	4.029		
	Total	244.720	49			

a. Predictors: (Constant), pendapatan, kepercayaan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.362	2	27.681	6.871	.002 ^a
	Residual	189.358	47	4.029		
	Total	244.720	49			

b. Dependent Variable: pengetahuan

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa pengaruh factor kepercayaan sangat berpengaruh pada pendapatan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa responden meyakini kepercayaan, pendapatan dan pengetahuan dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk majalah elmahrusy dari elmahrusy media.

Pengetahuan merupakan hal yang sangat penting dalam setiap individu untuk meningkatkan minat mereka dalam membeli majalah elmahrusy. Pengetahuan konsumen, kepercayaan dan pendapatan untuk mencapai target yang diinginkan. Hal ini sejalan dengan teori atribusi, dimana perilaku seseorang ditentukan oleh factor internal atau eksternal. Seseorang cenderung berperilaku jika ia memiliki pengetahuan akan hal yang dilakukannya. Dengan demikian adanya individu yang memiliki pengetahuan yang baik maka mempengaruhi minatnya dalam membaca majalah elmahrusy. Hasil pada hipotesis pertama ini mendukung penelitian yang menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat untuk membeli dan membaca majalah elmahrusy.

Pengaruh Factor Kepercayaan, Pendapatan Dan Pengetahuan Terhadap Respon Konsumen Atas Majalah Elmahrusy Dari Elmahrusy Media

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tadi menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat pelaku konsumen terhadap penjualan majalah elmahrusy dari elmahrusy media ini. Hal ini berarti bahwa variabel pendapatan diyakini dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli majalah elmahrusy. Dimana semakin baik dan memadainya pendapatan seseorang maka akan mempengaruhi minat mereka. Begitu pula pendapatan bagi pelaku UMKM semakin bagus kualitas informasi yang diberikan maka akan semakin mahal harga jual tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, pendapatan dan pengetahuan terhadap minat konsumen dalam membeli produk majalah elmahrusy dari elmahrusy. Kepercayaan memiliki nilai yang positif dalam mempengaruhi minat santri untuk membeli majalah elmahrusy karena dengan adanya kepercayaan pelaku konsumen terhadap produk yang dijual maka mereka akan menyukai produk tersebut, seperti kepercayaan mereka terhadap informasi yang diberikan majalah elmahrusy berisi berita yang nyata serta valid.

Pendapatan juga memiliki pengaruh positif bagi pelaku konsumen dalam arti semakin baik pendapatan mereka maka akan mempengaruhi minat pembelian majalah elmahrusy, juga kenaikan harga karena informasi yang dijual semakin baik maka akan mempengaruhi pendapatan UMKM.

Pengetahuan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap pembelian majalah elmahrusy. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin baik pengetahuan seseorang maka akan mempengaruhi minat untuk membeli majalah elmahrusy. Pengetahuan juga sangat

penting dalam menentukan minat konsumen dengan ilmu yang akan di sajikan majalah elmahrusy, sehingga dengan membaca majalah elmahrusy mereka dapat menambah wawasan yang lebih luas lagi.

Saran

Penelitian ini memiliki tujuan mendalam untuk menggali pengaruh kepercayaan, pendapatan, dan pengetahuan terhadap minat konsumen dalam pembelian produk majalah elmahrusy dari elmahrusy. Kepercayaan memainkan peran krusial dalam memotivasi santri untuk membeli majalah tersebut; kepercayaan terhadap keaslian informasi dalam majalah elmahrusy menciptakan afinitas positif terhadap produk tersebut. Pendapatan juga memainkan peran signifikan, di mana peningkatan pendapatan pelaku konsumen berkontribusi pada peningkatan minat pembelian majalah elmahrusy. Kenaikan harga juga dapat mempengaruhi pendapatan UMKM, mengingat informasi yang disajikan dalam majalah tersebut dapat meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, pengetahuan yang diperoleh melalui membaca majalah elmahrusy terbukti memiliki dampak positif terhadap minat konsumen. Semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang, semakin besar minat mereka untuk membeli majalah tersebut, karena majalah elmahrusy dapat meningkatkan wawasan mereka secara substansial. Dengan demikian, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya kepercayaan, pendapatan, dan pengetahuan dalam membentuk minat konsumen terhadap majalah elmahrusy, serta implikasi praktisnya untuk pihak terkait, termasuk elmahrusy sendiri, dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisis tingkat pengetahuan, tingkat pendapatan dan kepercayaan kepada produk UMKM. *Fakultas ekonomika dan bisnis universitas diponegoro*. Annisa miftahurrohman, S.pd (2023) dari majalah elmahrusy media.
- Buku filsafat ilmu pengetahuan hal 2-4 oleh M. Tuaufiq R ahman, S2 Studi Agama-Agama UIN Sunan Gunung Jati
- Mufrodatul hidayah (2023) dari majalah elmahrusy media
- Palinkas analisis multivariat dengan program IBM SPSS*.
- Pengaruh kepercayaan, pendapatan dan pengetahuan terhadap minat konsumen. *Jurnal ilmiah UNBRAU*.
- Pengaruh Pendidikan kewirausahaan, kepercayaan diri dan ekspektasi pendapatan terhadap minat berwira usaha *jurnal penelitian UNNES*.