



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam. Ekonomi dalam Islam harus mampu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada setiap pelaku usaha. Selain itu, ekonomi Islam menekankan empat sifat, antara lain: Kesatuan (*unity*), Keseimbangan (*equilibrium*), Kebebasan (*free will*), Tanggungjawab (*responsibility*).

Manusia sebagai wakil (khalifah) Tuhan di dunia tidak mungkin bersifat individualistik, karena semua (kekayaan) yang ada di bumi adalah milik Allah semata, dan manusia adalah kepercayaan di bumi. Di dalam menjalankan kegiatan ekonominya, Islam sangat mengharamkan kegiatan riba, yang dari segi bahasa berarti “kelebihan”. Ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan pada ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah SWT bertujuan akhir kepada Allah SWT dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syariat Allah SWT. Aktifitas ekonomi seperti produksi, distribusi, konsumsi, impor, ekspor tidak lepas dari titik tolak ketuhanan dan bertujuan akhir untuk Tuhan.<sup>1</sup>

Usaha manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup adalah serangkaian

---

<sup>1</sup> Yusuf al-Qaradhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin Lc. Dahlia Husin. (Jakarta: Gema Insani Press, 1997).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kegiatan atau aktifitas ekonomi. Salah satu yang sangat penting dan sangat mendasar dalam aktifitas ekonomi adalah konsumsi. Konsumsi bermakna membelanjakan kekayaan yang memenuhi keinginan manusia seperti makanan, pangan, perumahan, barang-barang kebutuhan sehari-hari, pendidikan, kesehatan, kebutuhan pribadi maupun keluarga lainnya, dan sebagainya. Tak perlu dikatakan lagi bahwa tidak ada batas bagi keinginan manusia yang tak pernah dapat dikenyangkan itu. Mengingat hal itu, amat perlulah orang berhati-hati dalam mengkonsumsi kekayaan. Oleh karena itu, Islam mengajarkan kesederhanaan, control diri dan kehati-hatian dalam membelanjakan kekayaan<sup>2</sup>. Al-Quran menyatakan:

﴿يَبْنَىِٔ ءَاَدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ  
 لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾

Artinya: “Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan, sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih” (QS. Al-A’raaf 7: 31)

Namun tujuan dari konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup. Jadi, konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam perekonomian, karena tiada kehidupan tanpa konsumsi. Pengabaian terhadap konsumsi berarti mengabaikan kehidupan sekaligus tugas dalam kehidupan. Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi pada tingkat yang layak bagi dirinya, keluarganya dan orang yang paling dekat dengannya.

<sup>2</sup> Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam*, (Surabaya: Kencana, 2011), h. 137.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsumen telah menjadi pusat perhatian pemasar, karena konsumenlah yang memutuskan apakah ia akan membeli atau tidak barang dan jasa yang ditawarkan tersebut.<sup>3</sup> Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan.<sup>4</sup>

Dimiyati Mahmud, yang menyebutkan bahwa ada tiga faktor yang mendasari minat seseorang, yaitu:

1. Faktor dorongan yang berasal dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
2. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari seseorang dapat didorong dari motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan di mana mereka berada.
3. Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu keinginan atau objek tertentu.<sup>5</sup>

Dari minat timbul suatu produk yang diinginkan. Konsumen akan membeli produk kalau merasa cocok. Karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan konsumen agar pemasaran produk berhasil.

Menurut Kotler, keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen

<sup>3</sup> Ujang Sumarwan, *Prilaku Konsumen* (Bogor Selatan: Galia Indonesia, 2004), cet 2, h. 23.

<sup>4</sup> Christina whidya utami, *Manajemen Ritel* (Jakarta, Salemba Empat, 2008), cet.2 h .25.

<sup>5</sup> Dimiyati Mahmud, *Psikolog Pendidikan Suatu Pendidikan Terapan*, (Yogyakarta, BPFE 2001), h. 56.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seseorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah tertentu pada saat melakukan pembelian.<sup>6</sup>

Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang disukai. Konsumen membentuk niat pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti pendapatan, harga, dan manfaat produk yang dihasilkan.<sup>7</sup>

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya sebagai berikut:

1. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan dipengaruhi dari beberapa faktor utamanya yaitu:

- a. Kebudayaan
- b. Sub-Budaya
- c. Kelas Sosial

2. Faktor Sosial

- a. Kelompok Referensi
- b. Keluarga
- c. Peran dan Status

---

<sup>6</sup>Christina whidya utami, *Manajemen Ritel*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), Edisi 2, h. 45.

<sup>7</sup> Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama),. Edisi Kedelapan Jilid 1, h. 226-227.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 3. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi.

- a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup.
- b. Pekerjaan.
- c. Keadaan Ekonomi.
- d. Gaya hidup.
- e. Kepribadian dan konsep diri.

## 4. Faktor Psikologis

Dan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis. Faktor ini dipengaruhi oleh empat faktor utama di antaranya sebagai berikut:

- a. Motivasi
- b. Persepsi
- c. Proses Belajar
- d. Kepercayaan dan sikap<sup>8</sup>

Namun dalam Penelitian ini penulis membatasi penelitian dengan hanya mengambil dua faktor, yaitu pengaruh faktor Pribadi dan faktor Psikologis terhadap keputusan pembelian Obat Herbal di Apotek Arafah, karena berdasarkan dari hasil uji parsial faktor pribadi dan faktor Psikologis adalah faktor yang paling dominan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian obat Herbal di apotek Arafah..

<sup>8</sup> Nugroho J. Setiadi, *Prilaku Konsumen*, (Bogor: Prenada Media: 2003), h.11-15

Suatu isu yang krisis bagi para pengecer adalah faktor-faktor yang digunakan konsumen dalam memilih dari toko mana mereka akan membeli produk. Pendekatan untuk memilih yang diidentifikasi pada bagian terdahulu secara langsung relevan dengan isu ini. Dengan menggunakan perspektif pengambilan keputusan, para pengecer dapat mengidentifikasi atribut yang digunakan masyarakat untuk mengevaluasi toko-toko alternatif, menentukan apakah konsumen berada dalam keadaan keterlibatan tinggi atau rendah, dan mengidentifikasi model pilihan yang tepat. Para peneliti telah mendapatkan bahwa para konsumen menganggap atribut seperti itu sebagai jarak toko dari rumah mereka, keseluruhan harga merk yang dibawa, dan jasa.<sup>9</sup>

Sebelum membeli konsumen mempunyai proses pengambilan keputusan pembelian. Proses keputusan konsumen bukanlah berakhir dengan pembelian, namun berlanjut hingga pembelian tersebut menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan produk yang dibeli tersebut. Pengalaman itu akan menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan pembelian di masa depan.

Para ahli telah merumuskan proses pengambilan keputusan model lima tahap, meliputi:

#### 1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali masalah atau kebutuhan, yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Rangsangan internal misalnya dorongan memenuhi rasa lapar, haus dan seks yang

<sup>9</sup> Jhon C.Mowen dan Michael Minor, *Prilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga: 2002), h. 67.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mencapai ambang batas tertentu. Sedangkan rangsangan eksternal misalnya seseorang melewati toko kue dan melihat roti yang segar dan hangat sehingga terangsang rasa laparnya.

## 2. Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi konsumen yaitu:

- a. Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga dan kenalan.
- b. Sumber komersial: iklan, wiraniaga, agen, kemasan dan penjualan.
- c. Sumber publik: media massa dan organisasi penilai konsumen.
- d. Sumber pengalaman: penanganan, pemeriksaan dan menggunakan produk.

## 3. Evaluasi Alternatif

Konsumen memiliki sikap beragam dalam memandang atribut yang relevan dan penting menurut manfaat yang mereka cari. Kumpulan keyakinan atas merek tertentu membentuk citra merek, yang disaring melalui dampak persepsi selektif, distorsi selektif dan ingatan selektif.

## 4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Faktor sikap orang lain dan situasi yang tidak dapat diantisipasi yang dapat mengubah niat pembelian termasuk faktor-faktor penghambat pembelian. Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen dapat membuat lima sub-keputusan pembelian, yaitu: keputusan merek, keputusan pemasok,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keputusan kuantitas, keputusan waktu dan keputusan metode pembayaran.

## 5. Perilaku Pasca Pembelian

Para pemasar harus memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian dan pemakaian produk pasca pembelian, yang tujuan utamanya adalah agar konsumen melakukan pembelian ulang.<sup>10</sup>

Pada saat ini tentunya telah banyak bisnis yang menjamur terutama produk-produk bagian kesehatan seperti tiens, herbalife, dan lainnya yang telah dikenal masyarakat dan juga seperti obat-obatan herbal yang juga sudah dikenal masyarakat yang terdapat di mana saja dalam pembeliannya contohnya di Apotek-apotek. Obat herbal itu sendiri adalah merupakan obat yang berasal dari tumbuhan yang diproses/ diekstrak sedemikian rupa sehingga menjadi serbuk, pil atau cairan yang dalam prosesnya tidak menggunakan zat kimia. Seperti dalam definisi dan pengertian obat herbal, dapat kita ketahui bersama bahwa obat herbal dapat menyembuhkan penyakit dengan efek samping yang minim karena dibuat dari bahan-bahan yang alami, tidak seperti obat-obat sintetis yang dapat memberikan efek samping baik secara langsung maupun setelah waktu yang lama.

Definisi dan pengertian obat herbal atau Obat tradisional merupakan bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan galenic atau campuran dan bahan-bahan tersebut, yang secara tradisional telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman.

Apotek Arafah di Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten

<sup>10</sup> Nugroho J. Setiadi, *Op. Cit.*h. 16-19.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rohil adalah Apotek yang beralamat di jalan Penghulu Yunus Kelurahan Pujud Selatan, apotek ini berdiri atas modal sendiri bapak Arisnensel dan dikelola oleh Adi. Apotek Arafah berdiri pada tanggal 20 juli 2014, sejak saat itu Apotek Arafah adalah tempat masyarakat Kelurahan Pujud Selatan membeli Obat Herbal, obat Generic dan juga Kosmetik.

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Produk Obat Herbal di Apotek Arafah**

NO	Bulan	Apotek Arafah (Penjualan)
1.	Januari	3.718.500
2.	Februari	4.808.500
3.	Maret	5.496.000
4.	April	6.398.500
5.	Mei	7.290.500
6.	Juni	7.573.000
7.	Juli	8.175.000
8.	Agustus	8.579.500
9.	September	8.715.000
10.	Oktober	9.247.000
11.	November	9.693.500
12.	Desember	9.964.000

Sumber: Apotek Arafah, 2015

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa produk Obat Herbal diminati oleh masyarakat Kelurahan Pujud Selatan. Terbukti dari meningkatnya penjualan produk Obat Herbal dari bulan ke bulannya dalam waktu satu tahun. padahal apotek Arafah belum terlalu lama berdiri dan juga pada saat itu di Kelurahan Pujud Selatan sosialisasi tentang manfaat obat Herbal juga tidak pernah dilakukan. Apa sebenarnya yang membuat konsumen memutuskan membeli produk Obat Herbal ini. Apakah faktor Pribadi dan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian Obat Herbal tersebut?

Atas dasar pemikiran tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Faktor Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## **Pembelian Obat Herbal di Apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir Menurut Perspektif Ekonomi Islam.”**

### **B. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis perlu membatasi pembahasan proposal ini, agar pembahasan tersebut terarah dengan jelas, supaya tidak terjadi pelebaran masalah dalam penulisan proposal ini, maka penulis membatasi pada Pengaruh faktor pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian obat Herbal di apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir menurut perspektif ekonomi Islam.

### **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah faktor pribadi mempengaruhi keputusan pembelian Obat Herbal di apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir?
2. Apakah faktor psikologis mempengaruhi keputusan pembelian obat Herbal di apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir?
3. Apakah faktor Pribadi dan faktor Psikologis mempengaruhi secara silmutan keputusan pembelian Obat Herbal di apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir?

4. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap pengaruh faktor pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian Obat Herbal di apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini ditujukan untuk menjawab pertanyaan yang telah diajukan sebelumnya. Secara garis besar, tujuan yang ingin di capai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Pribadi terhadap keputusan pembelian Obat Herbal di apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir.
2. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Psikologis terhadap keputusan pembelian Obat Herbal di apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi dan faktor psikologis secara simultan terhadap keputusan Obat Herbal Arafah Kelurahan pembelian produk Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir.
4. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam pengaruh Faktor pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian Obat herbal Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penulisan skripsi ini antara lain:

1. Bagi Penulis

Dapat memberikan pemahaman kepada penulis mengenai produk medicine herb di apotek di apotek, dan apakah faktor pribadi dan faktor



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

psikologis dapat mempengaruhi keputusan pembelian Obat Herbal di apotek Arafah. Selain itu skripsi ini juga sebagai syarat dalam meraih gelar SE. dalam Program Studi Ekonomi Syari'ah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## 2. Bagi Akademisi

Skripsi ini diharapkan dapat membantu memberikan gambaran mengenai Pengaruh faktor pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian obat Herbal di apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir menurut perspektif ekonomi Islam.

Selain itu juga diharapkan dapat memberikan wawasan dan wacana dalam membeli produk Obat Herbal yang halal lagi baik.

## 3. Bagi Praktisi

Skripsi ini dapat membantu praktisi untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang mendukung maupun yang tidak mendukung yang membuat konsumen memilih Obat Herbal.

## 4. Bagi Masyarakat

Skripsi ini diharapkan dapat membantu meningkatkan psikologis dan Pribadi masyarakat akan pentingnya memilih produk Obat Herbal yang baik lagi halal serta baik untuk kesehatan karena kandungan Obat Herbal yang non-kimiawi sehingga minim efek samping.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## F. Metode Penelitian

Dalam rangka mengumpulkan, menyusun dan mengelola data dalam tulisan ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, lokasi penelitiannya adalah di apotek Arafah di jalan Muhammad Yunus Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir. Alasan Penulis memilih Apotek Arafah karena apotek Arafah adalah Apotek yang pertama kali berdiri di Kelurahan Pujud Selatan yang mempunyai konsumen yang tinggi peminatnya akan produk obat Herbal.

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

#### a. Subjek

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah konsumen produk Obat Herbal pada apotek Arafah di Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir.

#### b. Objek

Objek penelitian ini adalah Pengaruh faktor pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian obat Herbal di apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir menurut perspektif ekonomi Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan nilai yang mungkin, hasil pengukuran ataupun perhitungan, kualitatif maupun kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang Lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.<sup>11</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen obat herbal di apotek Arafah tahun 2015 yang berjumlah 1.457 orang konsumen.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah konsumen apotek Arafah tahun 2015**

Bulan	Konsumen
Januari, Februari, Maret	194
April, Mei, Juni	320
Juli, Agustus, September	401
Oktober, November, Desember	542
Jumlah konsumen	1.457

Sumber: Apotek Arafah, 2015

#### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut.<sup>12</sup> Dari jumlah populasi sebanyak 1.457 orang maka peneliti mengambil teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus Slovin dengan nilai presisi 10% adalah sebagai berikut:<sup>13</sup>

<sup>11</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), Ed .Ke-2, h. 12

<sup>12</sup> *Ibid.*

<sup>13</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Pranada Media Group, 2006), h. 109.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Ket:  $n$  = Jumlah yang dicari

$N$  = Jumlah Populasi

$d$  = Nilai Presisi

$$n = \frac{1.457}{1.457(0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1.457}{15.57}$$

$$n = 93.5773924 = 94 \text{ sampel}$$

Jadi sampel dalam penelitian adalah 94 orang masyarakat Kelurahan Pujud Selatan. Adapun metode yang digunakan adalah metode incidental sampling, yaitu siapa saja yang peneliti temui di saat kegiatan pengumpulan data dan orang-orang tersebut dipandang cocok dengan sumber data.

#### 4. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.<sup>14</sup> Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah konsumen Obat Herbal di apotek Arafah di Kelurahan Pujud

<sup>14</sup>*ibid*



Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi. Sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi<sup>15</sup> berupa data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen serta literatur-literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian

## 5. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data dari penelitian ini adalah melalui cara:

a. Pengamatan (Observasi)

Observasi yaitu teknik yang menuntut adanya pengamatan dari penelitian baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitian.<sup>16</sup> Penulis melakukan pengamatan secara langsung di lokasi mengenai subjek penelitian di Apotek Arafah di Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir.

b. Wawancara

Wawancara yaitu proses tanya jawab secara langsung dan mendalam secara terarah dalam masalah yang diteliti. Pada penelitian ini penulis mewawancarai pegawai Apotek Arafah tentang hal yang berkaitan dengan Apotek Arafah.

<sup>15</sup> *Ibid*, h. 102.

<sup>16</sup> Husein umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali pers, 2009), h. 51.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### c. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket yaitu dengan cara mengajukan formulir atau membuat pertanyaan yang berhubungan dengan keperluan penelitian

#### d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan menggunakan sebagian atau seluruh data yang telah ada atau laporan data dari peneliti sebelumnya.

### 6. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data yang sudah dikumpulkan, penulis menggunakan metode pendekatan *Kuantitatif*. Penelitian Kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang bersifat induktif, objektif, dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka (*score nilai*) atau pernyataan-pernyataan yang dinilai, dan dianalisis dengan analisis statistik. Penelitian kuantitatif ini biasanya digunakan untuk membuktikan dan menolak suatu teori. Karena penelitian ini biasanya bertolak dari suatu teori kemudian diteliti, dihasilkan data, kemudian dibahas dan diambil kesimpulan. Analisa data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Instrumen Penelitian

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument atau angket yang disusun mampu menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari variable penelitian. Biasanya syarat minimum suatu kuesioner untuk memenuhi validitas adalah jika  $r$  bernilai

minimal 0,3. Sebuah instrument dikatakan valid (baik) apabila nilai koefisien korelasi ( $r$ ) hitung  $\geq r$  tabel dan sebaliknya.<sup>17</sup> Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi  $r$  tabel *product moment*, dengan kriteria pengujian:

1. Jika  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka item pernyataan dikatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka item pernyataan dikatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

*Uji Reliabilitas* digunakan untuk mengukur konsistensi hasil penelitian atas dasar waktu yang berbeda. Semua item yang valid akan dilakukan *uji rentabilitas*, yaitu pengujian yang bertujuan untuk melihat tingkat kehandalan dari item yang valid dalam menentukan variabel. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai *alpha cronbach* dengan 0,6 kriteria pengujian adalah:<sup>18</sup>

- 1) Jika  $\alpha \text{ crochn} \geq 0,6$  maka reliabilitas/handal.
- 2) Jika  $\alpha \text{ crochn} \leq 0,6$  maka tidak reliabilitas/tidak handal.

#### c. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini diatur dengan skala likert. Pada skala likert, peneliti harus merumuskan sejumlah pernyataan mengenai suatu topik tertentu, dan responden diminta memilih apakah ia sangat setuju, setuju, ragu-

<sup>17</sup>Dwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2012), h. 117.

<sup>18</sup> Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Sosial :Konsep-Konsep Kunci*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), Ed. 1, Cet Ke-1, h. 8.

ragu/tidak tahu/netral, tidak setuju atau sangat tidak setuju. Setiap jawaban memiliki bobot yang berbeda, dan seluruh jawaban responden dijumlahkan berdasarkan bobotnya sehingga menghasilkan suatu skor tunggal mengenai suatu topik tertentu.<sup>19</sup> dengan skala penilaian (skor) 1 sampai 5, varian jawaban untuk masing-masing item pernyataan sebagai berikut:

**Tabel 1.3.**  
**Skala Pengukuran**

Kategori	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiono (2012), Cet Ke-16

## 2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

### a. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor di manipulasi (di naik-turunkan nilainya).<sup>20</sup> Dengan kata lain analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

<sup>19</sup> Morissan, *Metodologi Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2012), Ed. 1, Cet Ke-1, h. 88.

<sup>20</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2007), h. 275.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisiensi Regresi

X<sub>1</sub> = Faktor Pribadi

X<sub>2</sub> = Faktor Psikologis

e = *Standard error*

## b. Uji Hipotesis Penelitian

### 1) Uji Parsial dengan *t-Test*

Uji t-test bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen.<sup>21</sup> Pada output SPSS dapat dilihat pada tabel *coefficient*. Nilai dari uji t-Test dapat dilihat dari *p-value* (pada kolom sig) pada masing-masing variabel independen. Jika *p-value* lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau t-hitung (pada kolom t) lebih besar dari t-tabel.

### 2) Uji Simultan dengan *F-Test*

Uji F-Test bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama (simultan) variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil F-Test ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel

<sup>21</sup>Sofar Silaen dan Widiyono, *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta; IN MEDIA, 2013), h. 214..

ANOVA. Hasil F-Test menunjukkan variabel independen bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika *p-value* (pada kolom sig) lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau F hitung (pada kolom F) lebih besar dari F tabel. F tabel dihitung dengan cara  $df1 = k - 1$ , dan  $df2 = n - k$ ,  $k$  adalah jumlah variabel dependen dan variabel independen.<sup>22</sup>

### 3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan Koefisien Korelasi ( $r$ )

Koefisiensi determinasi adalah sebuah koefisiensi yang memperlihatkan besarnya variasi yang ditimbulkan oleh variabel bebas yang dinyatakan oleh prosentase. Koefisiensi determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai *R square* dikatakan baik jika di atas 0,5 karena nilai *R square* berkisar 0 sampai 1. Jika *R square* mendekati 1, maka pengaruh variabel X terhadap Y sangat besar. Sebaliknya, jika nilai *R square* menjauhi angka 1 maka pengaruh nilai X terhadap Y adalah sangat kecil.<sup>23</sup>

Sedangkan koefisien korelasi ialah pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antara dua variabel. Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 s/d -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linier dan arah hubungan dua

<sup>22</sup> *Ibid.*

<sup>23</sup> Kadir, *Statistik Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), Ed. 1, Cet Ke-1, h. 182.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel acak. Jika koefisien korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Ketentuan uji  $r$  adalah:

- a) Bila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel; tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat
- b) Bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel; ada hubungan yang signifikan antara variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat

Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi nilai  $r$  adalah sebagai berikut:<sup>24</sup>

**Tabel 1.4.**  
**Interval Koefisien**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 - 1,000	Sangat Kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,40 - 0,599	Cukup Kuat
0,20 - 0,399	Rendah
0,00 - 0,199	Sangat Rendah

#### 4) Uji Asumsi Klasik

- a) Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas.

Uji asumsi klasik Multikolinearitas ini digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratn) hubungan/pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ). Multikolinearitas terjadi jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 0, 60 (pendapat lain: 0, 50 dan 0, 90). Dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0, 60

<sup>24</sup> Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistik untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, Dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), Cet Ke-7.

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

( $r < 0, 60$ ). Dengan cara lain untuk menentukan Multikolinearitas, yaitu dengan:

- (1) Nilai *tolerance* adalah besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik (a).
- (2) Nilai *variance inflation factor* (VIF) adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat.

## b) Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas.

Dalam persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lainnya. Jika residual mempunyai varians yang sama, disebut homoskedastisitas. dan jika variansnya tidak sama disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

## c) Uji Asumsi Klasik Normalitas

Pengujian Normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variable terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sekali.

## d) Asumsi Klasik Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

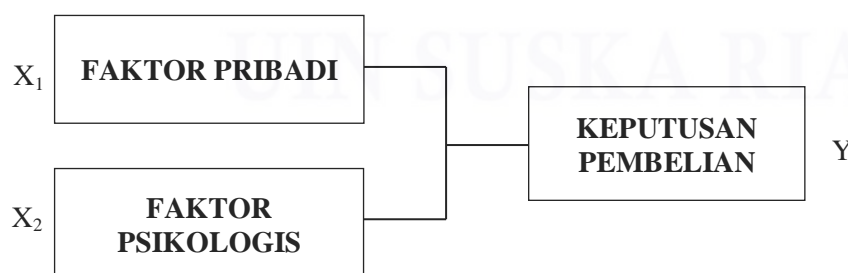
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW), dengan ketentuan sebagai berikut:

- (1) Terjadi autokorelasi positif jika DW di bawah -2 ( $DW < -2$ ).
- (2) Tidak terjadi autokorelasi jika DW berada di antara -2 dan +2 atau  $-2 < DW < +2$ <sup>25</sup>

## G. Model Penelitian

Model dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk, dan dalam melakukan sebuah keputusan pembelian ada faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, dan faktor itu adalah faktor pribadi dan faktor psikologis. Begitu juga dalam pembelian produk Obat herbal, tentu ada faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen sehingga melakukan pengambilan keputusan pembelian Obat Herbal. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



<sup>25</sup>Danang Sunyoto, *Uji Khi Kuadrat dan Regresi untuk penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 97-110.



Adapun definisi variabel yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan untuk mengukur variabel tersebut<sup>26</sup>. Menjawab permasalahan-permasalahan pada penelitian ini perlu penulis sajikan operasional variabel sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Variabel, Indikator, Sub Indikator Keputusan Pembelian Produk Obat Herbal di Apotek Arafah oleh masyarakat Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir**

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR
<b>Keputusan pembelian (y)</b>	Pengenalan kebutuhan	Menyadari
		Rangsangan
	Pencarian informasi	Sumber pribadi
		Sumber komersial
	Evaluasi alternative	Evaluasi merek
		Evaluasi harga
	Keputusan pembelian	Sikap
		Situasional
<b>Faktor pribadi (x<sub>1</sub>)</b>	Perilaku pasca pembelian	Ekspektasi
		Kinerja produk
	Usia dan tahap siklus hidup	Usia muda
	Pekerjaan	Petani
	Situasi ekonomi	Keadaan ekonomi yang mendukung
<b>Faktor psikologis (x<sub>2</sub>)</b>	Gaya hidup.	Hobi
	Kepribadian dan konsep diri	Percaya diri
	Motivasi	Aktualisasi diri
	Persepsi	Memilih
<b>Faktor psikologis (x<sub>2</sub>)</b>	Pembelajaran	Pengalaman
	Keyakinan dan sikap.	Keyakinan dan kepercayaan

Sumber: Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008, h. 153

## H. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun atau mengarahkan penyelidikan selanjutnya:

<sup>26</sup> Moh.Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), h.126

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H<sub>1</sub> : Faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Obat Herbal di Apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir.

H<sub>2</sub> : Faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Obat Herbal di Apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir.

H<sub>3</sub> : Faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Obat Herbal di Apotek Arafah Kelurahan Pujud Selatan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir