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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap kegiatan usaha pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan. Perusahaan harus mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menguntungkan. Peningkatan kebutuhan akan adanya sabun pembersih di jaman semodern ini mengakibatkan ketatnya persaingan dalam bisnis ini. Sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar perusahaan dan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang.[1]

Kegiatan pemasaran yang dilakukan dan diarahkan untuk dapat mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan melalui tingkat intensitas pembelian yang dilakukan oleh konsumen dalam suatu jangka waktu tertentu. Dalam rangka inilah maka setiap perusahaan selalu menerapkan dan menetapkan *marketing mix strategy* dalam menjalankan setiap kegiatan usahanya. Strategi ini berkaitan dengan

[1] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, dan Pasar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2013), h.142

penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk disertai strategi pendukung lain berupa strategi harga, promosi, serta strategi penetapan lokasi, pada segmen pasar tertentu yang merupakan pasarnya[2]. *Marketing mix strategy* yang tepat, dapat memberikan peranan yang penting terhadap keberhasilan suatu perusahaan untuk dapat tetap melangsungkan usahanya. Dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat ini diharapkan dapat merangsang konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian.

Pada persaingan di era globalisasi saat ini, perusahaan harus secara cermat dalam menetapkan harga pada setiap produknya, karena penetapan harga pada sebuah produk akan berdampak langsung terhadap tingkat permintaan produk tersebut. Harga produk atau jasa yang dipasarkan merupakan faktor yang sangat penting. Harga sangat menentukan atau mempengaruhi pasar. Di dalam persaingan usaha yang ketat sekarang ini dan semakin banyaknya usaha-usaha baru yang bergerak di bidang yang sama atau hampir sama, menuntut perusahaan dapat menentukan harga terhadap produk yang mereka jual.[3]

Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga turun jumlah barang meningkat.[4]

---

[2]Sule Tisnawati, Erni, *Pengantar Manajemen*, Edisi Pertama, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), h.14

[3]Kotler, Philips. 2004. *Manajemen Pemasaran* Jilid 2. Terjemahan Drs. Benyamin Molan (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004)

[4] Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press: Pekanbaru, 2014), h. 5

UIN SUSKA RIAU
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
UIN SUSKA RIAU

Bagi para konsumen, harga bukan hanya sekedar nilai tukar barang atau jasa, tetapi konsumen selalu mengharapkan adanya timbal balik yang sesuai antara manfaat produk yang akan mereka terima dengan pengorbanan yang mereka keluarkan. Hal ini sejalan dengan pendapat yang menjelaskan harga sebagai sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan cara memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa. Perusahaan harus menyadari bahwa konsumen menginginkan untuk memperoleh harga yang pantas, dimana konsumen merasa bahwa pengorbanan yang mereka keluarkan berupa biaya sebanding dengan manfaat yang mereka peroleh. Minat beli ulang konsumen terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian mereka mengenai kelayakan harga dari produk itu sendiri. Hal ini disebabkan karena konsumen hanya mampu memperkirakan harga berdasarkan pembelian pada masa lampau menyebutkan bahwa konsumen akan membeli suatu produk bermerek jika harganya dipandang layak oleh mereka.

Secara umum harga dalam ajaran Islam haruslah sesuai dengan syariat Islam, lakukanlah transaksi jual beli dilandasi dengan keikhlasan dan keridhoan di antara si penjual dan si pembeli dan tentukanlah harga sesuai dengan keadaan pasar. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ
تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

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

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."*[5]

Perilaku konsumen merupakan proses yang dinamis yang mencakup perilaku konsumen individual, kelompok dan anggota masyarakat yang secara terus menerus mengalami perubahan. Asosiasi pemasaran Amerika mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi yang dinamis mengenai perasaan, kognisi, perilaku, dan lingkungan di mana individu melakukan pertukaran dalam berbagai aspek di dalam kehidupannya. Contoh individu menjadi senang terhadap produk telepon genggam Samsung setelah mendapatkan informasi dari internet, kemudian membeli dan puas ketika menggunakan telepon genggam tersebut. Individu menjadi loyal terhadap suatu toko retail karena mendapatkan layanan yang memuaskan dan lain-lain.[6]

CV. Fathur Sarana Chemical yang berlokasi di jalan HR. Soebrantas KM 11 simpang Tabek Gadang ini sejak awal berdirinya yaitu pada bulan September 2013 adalah produsen produk sabun untuk kebutuhan pembersih atau cleaning product seperti, automotive care chemical, house holds product dan laundry chemical. Sangat cocok untuk usaha cuci mobil dan motor, salon mobil, usaha laundry kiloan, hotel, rumah sakit, restoran dll. CV. Fathur Sarana Chemical selalu berusaha untuk mengutamakan kepuasan pelanggan. Berikut daftar harga produk CV. Fathur Sarana Chemical :

---

[5] Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2002), h. 65

[6] Tatik suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) cet ke-1, h. 5

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

Tabel 1.1
Daftar Produk dan Harga CV. Fathur Sarana Chemical

Nama Produk	Harga/liter
Shampoo mobil	Rp 7.000
Parfum laundry	Rp 30.000
Pelicin pakaian	Rp 10.000
Pembersih kerak mobil	Rp 35.000
Detergent ultra	Rp 13.000

Sumber : CV. Fathur Sarana Chemical, Pekanbaru,2016[7]

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa mengenai jenis produk beserta tingkat harga. Dari sisi produk dapat kita lihat bahwa CV. Fathur Sarana Chemical ini mempunyai produk-produk yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam hal sabun pembersih. Kita juga dapat melihat dari tingkat harga, harga yang ditawarkan oleh CV. Fathur Sarana Chemical terjangkau untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap kebutuhan sabun laundry tersebut. Dari harga tabel 1.1 tersebut dapat menentukan keputusan konsumen untuk membeli produk sabun laundry tersebut.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternative penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Salah satu pelanggan bernama ibu Ridawati mengatakan bahwa produk dari CV. Fathur Sarana Chemical bagus dan terjangkau, karena sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan produk nya

[7] Armadi, Pemilik CV. Fathur Sarana Chemical, *wawancara* pada tanggal 11 Januari 2017, 10:30.

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

pun beraneka ragam sehingga membuat banyak pilihan untuk konsumen CV. Fathur Sarana Chemical tersebut[8]. Terdapat gejala kepuasan/ketidakpuasan konsumen dikarenakan harga yang tidak cocok antara harga yang ditawarkan dengan produk yang dibeli serta adanya pembedaan harga yang diletakkan kepada orang tertentu.

Kurangnya minat beli konsumen terhadap sabun pembersih membuat penurunan tingkat penjualan di CV. Fathur Sarana Chemical tersebut. Beberapa penyebab membuat kurang nya minat konsumen untuk membeli yaitu karena persaingan antar penjual sabun, harga yang berbeda antar penjual sabun laundry, penempatan lokasi yang kurang tepat membuat keputusan konsumen untuk membeli produk sabun laundry tersebut. Berikut tabel data penjualan CV. Fathur Sarana Chemical.

Tabel 1.2
Data Jumlah Pengguna jasa CV. Fathur Sarana Chemical Periode Tahun 2016

Bulan	Jumlah Pengguna	Perubahan
Januari 2016	390 orang	
Februari 2016	316 orang	-74 orang
Maret 2016	321 orang	5 orang
April 2016	339 orang	18 orang
Mei 2016	415 orang	76 orang
Juni 2016	311 orang	-104 orang
Juli 2016	325 orang	14 orang
Agustus 2016	427 orang	102 orang
September 2016	440 orang	13 orang
Oktober 2016	509 orang	69 orang
November 2016	381 orang	-128 orang
Desember 2016	392 orang	11 orang

Sumber :CV. Fathur Sarana Chemical, 2016

[8] Ibu Ridawati, Pelanggan CV. Fathur Sarana Chemical, *wawancara*. 10 Februari 2017, 13.00

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

Tabel 1.3
Data Penjualan CV. Fathur Sarana Chemical Periode Tahun 2016

Bulan	Penjualan	Kenaikan / Penurunan
Januari 2016	Rp 27.499.000	
Februari 2016	Rp 20.378.000	-Rp 7.121.000
Maret 2016	Rp 20.819.000	Rp 441.000
April 2016	Rp 23.883.000	Rp 3.064.000
Mei 2016	Rp 32.222.000	Rp 8.339.000
Juni 2016	Rp 26.554.000	-Rp 5.668.000
Juli 2016	Rp 30.265.000	Rp 3.711.000
Agustus 2016	Rp 32.838.300	Rp 2.582.300
September 2016	Rp 36.575.550	Rp 3.737.250
Oktober 2016	Rp 42.761.350	Rp 6.185.800
November 2016	Rp 34.539.000	-Rp 7.222.250
Desember 2016	Rp 36.926.000	Rp1. 387.000

Sumber : CV. Fathur Sarana Chemical ,2016

Dari tabel 1.2 dan 1.3 dapat diketahui bahwa tingkat pengguna sabun pembersih dan data penjualan pada CV. Fathur Sarana Chemical mengalami penurunan dan mengalami kenaikan, hal ini membuat pendapatan atau penjualan CV tersebut mengalami fluktuasi. Selain adanya observasi data penjualan CV. Fathur Sarana Chemical, Peneliti juga melakukan observasi dan wawancara pada pihak CV. Fathur Sarana Chemical, Bapak Armadi, terhadap objek penelitian mengenai harga, dimana pengelola menyadari bahwa harga yang mereka tetapkan memang relatif murah. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat atau nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku loyal, rasa puas dan komitmen terhadap produk tersebut[9]. Demikian pula dengan CV. Fathur Sarana Chemical yang lebih berorientasi pada upaya untuk mengarahkan konsumen maupun calon konsumen untuk berminat menggunakan CV. Fathur Sarana Chemical.

[9]Basu Swastha, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta: BPFE, 2009), h.35

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

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen di toko CV. Fathur Sarana Chemical. Untuk itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen di CV. Fathur Sarana Chemical Ditinjau menurut Ekonomi Syariah".**

B. Batasan Masalah

Supaya penelitan ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dibahas, maka penulis membatasi penulisan ini pada. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen di CV. Fathur Sarana Chemical ditinjau menurut Ekonomi Syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka penulis mengidentifikasikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen di CV. Fathur Sarana Chemical?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap harga dan keputusan pembelian pada konsumen di CV. Fathur Sarana Chemical?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen di CV. Fathur Sarana Chemical.

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
UIN SUSKA RIAU

b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap harga dan keputusan pembelian pada konsumen di CV. Fathur Sarana Chemical.

2. Manfaat Penelitian

a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program strata satu (S1) jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

b. Sebagai pengembangan wawasan pemahaman bagi penulis dan masyarakat berkenaan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen di CV. Fathur Sarana Chemical.

c. Sebagai pedoman bagi penulis dan masyarakat untuk mengetahui dan menyadari pentingnya tinjauan Ekonomi Syariah mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen CV. Fathur Sarana Chemical.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penenlitian dan pengambilan data dilakukan di CV. Fathur Sarana Chemical yang beralamat di jalan HR. Sobrantas km. 11 simpang Tabek Gadang. Penulis memilih lokasi penelitian lokasi ini mudah dijangkau oleh penulis, dan subtansinya belum pernah diteliti sebelumnya.

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
UIN SUSKA RIAU

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
UIN SUSKA RIAU

2. Subjek dan Objek Penelitian

Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah konsumen pada CV. Fathur Sarana Chemical Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen di CV. Fathur sarana Chemical ditinjau menurut ekonomi syariah.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah semua nilai baik hasil pengukuran maupun perhitungan, baik kuantitatif maupun kualitatif daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas. Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil menggunakan teknik tertentu yang disebut dengan teknik *sampling*[10]. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Fathur Sarana Chemical yang berjumlah 350 orang.

Agar sampel yang diambil dapat benar-benar mewakili populasi, maka peneliti perlu suatu standar atau cara dalam menentukan sampel maka peneliti juga menggunakan rumus slovin dalam menentukan sampel batas toleransi kesalahan yang ditetapkan 10%.

$$n = N / (1+ N.(e)^2)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

E = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

[10] Husein Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Yogyakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 181-182

n = 350 / (1+ 350. $(10\%)^2$)

n = 350 / (1+ 350. $(0,1)^2$)

n = 350 / (1 + 350. (0,01))

n = 350 / (1 + 3,5)

n = 350/ 4,5

n = 77,78 dibulatkan menjadi 78 0rang

Berdasarkan dari perhitung sampel diatas maka diperoleh sampel yang akan diteliti sebanyak 78 orang konsumen.

Metode yang digunakan adalah berdasarkan rumus slovin dan *accidental sampling*, yakni Teknik memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai,[11] yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data

4. Sumber Data

a. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang bersangkutan yang memerlukan secara langsung dari tempat penelitian. Dalam hal ini, data diperoleh langsung dari pimpinan dan konsumen CV. Fathur Sarana Chemical melalui dari hasil wawancara, observasi[12] dan kusioner.

[11] Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 174

[12] Eta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodelogi Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI,2010). h.171

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
UIN SUSKA RIAU

b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari referensi-refensi atau literatur berkaitan dengan masalah yang diteliti. Biasanya sudah dalam bentuk publikasi dan sudah di kumpulkan oleh pihak lain[13].

5. Teknik Pengumpalan Data

a. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data secara langsung ke lapangan untuk meneliti, mengamati dan menyimpulkan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian[14].

b. Wawancara yaitu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan langsung dari beberapa narasumber menyangkut seputar yang terkait dan informasi yang berhubungan dengan penelitian[15].

c. Angket yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden.

d. Tinjauan Pustaka yaitu dengan cara mengumpulkan, membaca dan menelaah buku-buku yang berhubungan dengan penelitian.

e. Dokumentasi yaitu sejumlah fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi serta mengumpulkan data-data yang ada dalam masalah penelitian.

6. Analisa Data

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yakni variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat). Variabel independent disimbolkan dengan huruf (X), yakni harga, dan variabel terikat

[13]*Op.cit*, h. 102
[14] Narbuko,Achmadi, *Metodelogi Penelitian,* (Jakarta: Bumim Aksara, 2005), h.70
[15] Iqbal Hasan, *Analisis data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010)

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

disimbolkan dengan huruf (Y), yakni keputusan pembelian pada konsumen CV. Fathur Sarana Chemical. Analisa yang penulis gunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Uji Instrument Penelitian

1) Uji Validitas

Validitas adalah tentang kesesuaian antara variabel yang sedang diteliti dengan variable yang ingin diteliti. Uji validitas adalah suatu derajat ketetapan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang di ukur. Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi product moment yakni

$$r_{xy} = \frac{N \sum X_i \ Y - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{N \sum X^2 i - (\sum X_i)^2\}\{n \sum Y^2 i - (\sum Y_1)^2\}}}$$

Keterangan :

X : Variabel pertama

Y : Variabel Kedua

N : Jumlah Data

2) Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian dan keakuratan yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran. Suatu alat ukur dikatakan reabilitas apabila digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap akan memberikan hasil yang sama, jadi maksudnya adalah seberapa konsiten alat

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

ukur untuk meberikan hasil yang sama dalam hal mengukur dan subjek yang sama.

Dalam hal ini peneliti menggunakan rumus reabilitas dengan metode alpha yakni :

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1}\right]\left[1 - \frac{\sum S^2}{S^2}\right]$$

Keterangan :

K : Jumlah item

$\sum S^2$: Jumlah varian skor total

S^2 : Varians responden untuk item

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Sebelum melakukan analisis statistik, maka kenormalan data harus diuji terlebih dahulu, pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data continue berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reabilitas, korelasi dan regresi dapat dilaksanakan.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamata lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda

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

disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Auto Korelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1).Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durrbin-Watson (DW- Test).Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

a) Jika dU < DW < 4-dU maka H_0 diterima dan tidak terjadi masalah autokorelasi

b) Jika DW < dL atau DW > 4-dL maka H_0 ditolak dan terdapat masalah autokorelasi

Jika dL< DW <dU atau 4-dU < DW < 4-dL maka tidak ada keputusan yang pasti.

c. Uji Hipotesis Penelitian

1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y=\alpha + \beta X + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β = Koefisien arah Regresi Linear

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
UIN SUSKA RIAU

X = Harga

ε = Error Term

2) Uji Parsial (uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent (Y) dengan α = 5% atau 0,05

Hal berikut didasarkan dengan pengambilan keputusan berikut, jika t hitung > t tabel, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variable independent terhadap variable dependent. Jika t hitung < t tabel, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variable in∑ dependent terhadap variable dependent.

3) Koefisien Korelasi Sederhana

Analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi. Koefisien korelasi sederhana menunujukkan berapa besar hubungan yang terjadi antara dua variabel.

Uji koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variable dan mengetahui arah hubungan yang terjadi. Pada penelitian berikut uji korelasi sederhana digunakan dengan menggunakan metode person product moment dengan rumus sebagai berikut :

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.

$$ro = \frac{N \sum \quad X}{2a}$$

Dalam memperoleh data, peneliti mengumpulkan data untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan berupa angket yang setiap pertanyaan sudah disediakan pilihan jawaban. Adapun format jawaban adalah format likert yang dirancang untuk memungkinkan konsumen menjawab dalam berbagai tingkatan. Kelebihan dari format likert ini adalah keberagaman skor sebagai akibat penggunaan skala yang berkisar antara 1-5 yakni :

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2(R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependent.

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

Untuk mengetahui besarnya persentase variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel dependen (Y), dilakukan analisa koefisien determinasi dengan formulasi sebagai berikut:

$KD = R^2 \times 100\%$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

7. Model Kerangka Berfikir

Metode dalam penelitian ini dapat diterangka bahwa harga akan berdampak pada keputusan pembelian konsumen, dengan kata lain jika harga telah sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen maka akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen itu sendiri, begitu pun sebaliknya. Model penelitin ini dapat di gambarkan sebagai berikut :

F. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan ini dan analisa landasan teori diatas dapat disusun suatu hipotesis yang merupaka jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus diuji kebenarannya melalui riset, yaitu :

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
UIN SUSKA RIAU

Ha : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen CV. Fathur Sarana Chemical.

Ho : Diduga tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen CV. Fathur Sarana Chemical.

G. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional adalah suatu defenisi yang diberikan kepada suatu variable atau kontrak dengan cara memberikan arti, atau memspesifikasikan kegiatan atau memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur kontrak atau variable

1. Variable Bebas (*Independent variable*)

   Variable bebas dalam penelitian ini adalah harga yaitu suatu hal yang berhubungan dengan sebuah persaingan atau kompetisi. Dalam hal ini harga dapat diposisikan sebagai sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Jadi harga merupakan keselurahan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.

2. Variable Terikat (*Dependent variable*)

   Variable terikat dalam penelitian adalah keputusan pembelian yaitu tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah

UIN SUSKA RIAU
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
UIN SUSKA RIAU

dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menetukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Tabel 1.4
Defenisi Operasional Penelitian

Variabel	Defenisi	Indikator
Harga (X)	Harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi.[16]	1. Daya saing harga 2. Keterjangkauan harga 3. Konsumen memperhatikan kualitas produk dan manfaat terhadap harga 4. Pengurangan harga mempengaruhi daya beli konsumen
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan konsumen tentang apa yang hendak dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, dimana akan dilakukan, kapan akan dilakukan dan bagaimana pembelian akan dilakukan.[17]	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternative 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Sesudah Pembelian

[16] William J. Stanton, Y. Lamarto, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1984), h. 306
[17] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dala Pemasaran*, (Ghalia Indonesia, 2002), h. 269

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
UIN SUSKA RIAU

H. Penelitian Terdahulu

Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya

No	Nama/ Tahun	Judul Skripsi	Variabel	Hasil Penelitian
1	Grasella Sanopa, 2015	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Toko Sepeda Harapan Baru di Pasar Kampar Kec. Kampar Timur Ditinjau Menurut Ekonomi Islam	Kualitas produk (X1), Harga(X2) Keputusan (Y)	Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Sepeda Harapan Baru[18]

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berfungsi mempermudah dan memperjelaskan penelitian ini, uraian dan penjelasan secara singkat adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang akan diteliti, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian yang dilakukan, manfaat penelitian, metode penelitian sistematika penulisan dari penelitian.

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN CV. FATHUR SARANA CHEMICAL

Gambaran umum berupa sejarah singkat CV. Fathur Sarana Chemical, visi dan misi, struktur organisasi dan produk dan aktivitas.

[18]Grasella Sanopa, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Toko Harapan Baru di Pasar Kampar Kec. Kampar Timur Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam* (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim: 2015)

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
UIN SUSKA RIAU

BAB III LANDASAN TEORETIS

Pada bab ini membahas hal-hal yang berkaitan dengan teori yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti meliputi : pengertian pengaruh dan indikator, hal-hal mengenai harga serta tinjauan ekonomi Syariah mengenai harga, hal-hal mengenai keputusan pembelian serta tinjauan ekonomi Syariah mengenai keputusan pembelian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian serta tinjauan ekonomi Syariah mengenai harga dan keputusan pembelian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran atas hasil yang diperoleh dalam penelitian ini.

UIN SUSKA RIAU
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
UIN SUSKA RIAU