

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.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Istilah bisnis sudah sangat familiar dalam masyarakat kita. Kehidupan manusia seolah tidak pernah lepas dari kata bisnis, di mana bisnis tersebut identik dengan usaha, perdagangan, perusahaan, tugas, urusan, usaha dagang dan sebagainya.¹ Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Bisnis atau kegiatan ekonomi merupakan kegiatan di bidang usaha pemenuhan kebutuhan individu, baik berupa produksi, konsumsi maupun distribusi yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan.² Secara teknis bisnis bisa dimaknai sebagai semua aktivitas yang dilakukan seseorang dan organisasi yang memproduksi barang dan jasa dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan mendapat imbalan pembayaran yang disebut dengan harga.³

Dalam era globalisasi ini, persaingan bisnis tidak dapat terelakkan. Pemasar yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumen, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik dari pada pesaingnya. Pemasar harus mencoba

¹ Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat Edisi Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007) h. 85.

² Kwat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h.22.

³ *Ibid.* h. 85.

mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli. Karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya. Akibatnya, timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.⁴

Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen di sini sangat berpengaruh. Jadi, dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Kualitas produk (*product quality*) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.⁵ Semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus dapat teliti dalam menetapkan harga.

Harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.⁶ Harga sangat menentukan kelangsungan perusahaan, karena harga merupakan pondasi laku atau tidaknya produk atau

⁴ Supranto Dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), h. 1.

⁵ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), Jilid I, h. 272.

⁶ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2009), Edisi 2, Cet. Ke 6, h.52

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.

Hak Cipta Diindungi 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.

barang tersebut ketika dijual. Sehingga, harga hanya dipatok dengan cara yang kompetitif, antara pebisnis atau dengan yang lainnya tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan. Kualitas dan harga adalah variabel pilihan penting bagi konsumen, sehingga harga suatu produk sangat menentukan kualitasnya.⁷ Selain kualitas produk dan harga yang ditawarkan, lokasi juga berperan penting terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan.

Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan di mana perusahaan harus bertempat dan beroperasi. Pemilihan lokasi usaha yang tepat dan strategis kemungkinan akan memberikan laba yang maksimal bagi para pedagang.⁸ Sebagai bahan tambahan untuk menentukan apakah akan berlokasi di daerah pusat kota, area di luar daerah perdagangan, atau pusat perbelanjaan terdekat, seorang pengecer juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti posisi di samping jalan untuk mendapatkan keuntungan dari pola lalu lintas yang ada. Tanda untuk mengenali toko, area parkir yang dimiliki dan toko-toko komplementer di dekatnya juga harus mempengaruhi pilihan lokasi penjualan eceran.⁹

Keputusan pembelian merupakan proses memilih suatu produk yang diperoleh melalui informasi yang terbaik dari alternatif-alternatif yang ada

⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : IAIN Press, 2009), h. 107.

⁸ Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran*, (Pekanbaru: SUSKA Press, 2012), h. 83.

⁹ Louis E. Boone, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2002), Jilid.2, h. 104.

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.

sehingga konsumen berminat untuk membeli produk tersebut.¹⁰ Keputusan konsumen untuk memutuskan membeli atau mengonsumsi produk tertentu akan diawali oleh langkah-langkah yaitu pengenalan kebutuhan, waktu, perubahan situasi, pemilikan produk, konsumsi produk, perbedaan individu, pengaruh pemasaran, pencarian informasi, pencarian internal, dan pencarian eksternal.¹¹ Dalam keputusan membeli barang konsumen seringkali ada lebih dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembeliannya.¹² Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan atau jual beli dan di dalamnya termasuk juga bisnis.¹³ Seperti yang dijelaskan dalam Q.S. Al-Mulk: 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ
النُّشُورُ

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan Hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.(Q.S. Al-Mulk:15).

Dalam Islam, bisnis bukan hanya mencari keuntungan saja, tetapi juga mencari keberkahan. Berbisnis tidak diperkenankan melanggar syariat, baik dalam strategi, proses maupun praktek dan seterusnya. Islam memiliki perangkat, yaitu

¹⁰ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 222.

¹¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), Cet. II, h.292.

¹² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2008), Edisi III, h.2.

¹³ *Ibid.* h. 81.

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.

norma agama dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam usaha dan bisnis.¹⁴

Hal ini juga perlu diperhatikan dalam menjalankan bisnis usaha pakaian.

Bisnis pakaian merupakan salah satu jenis bisnis yang cukup laris diminati konsumen setelah bisnis makanan. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok dan juga penunjang penampilan bagi manusia. Begitu banyak gaya hidup yang dianut oleh manusia pada saat ini, di mana setiap orang dipengaruhi oleh *trend* yang berubah sampai batas tertentu. Bisnis penjualan pakaian sekarang ini semakin berkembang terutama di Indonesia, ini terbukti dengan semakin banyaknya *outlet* (toko) dan distro yang menjual berbagai jenis produk pakaian. Demikian juga yang terjadi di pasar tradisional Tanjungbatu. Pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur merupakan salah satu pasar yang merupakan suatu tempat kegiatan sektor perdagangan dan jasa.

Tanjungbatu Kota merupakan wilayah kabupaten Karimun yang dibentuk berdasarkan (Undang-undang Nomor 53 Tahun 1999). Kecamatan Kundur adalah salah satu kecamatan dari 9 kecamatan yang terdapat di wilayah Kabupaten Karimun Daerah Provinsi Kepulauan Riau yang mempunyai letak dan wilayah yang strategis ditinjau dari pendekatan ekonomis. Letak dan wilayah pasar yang strategis banyak dimanfaatkan oleh masyarakat setempat untuk membuka peluang usaha dalam hal berbisnis. Tetapi tidak sedikit konsumen yang merubah perilaku belanjanya dari pasar tradisional pindah, coba-coba (*trial*), dan cari alternatif (*switching*) ke pasar modern. Perilaku konsumen ini perlu diperhatikan apabila

¹⁴ Nur Faeni Ulyati, *Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Artikel, (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015), h. 2.

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.

pemerintah ingin tetap melindungi para pedagang yang ada di pasar tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur.

Seiring dengan perkembangan waktu, adanya modernisasi dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, memang menyebabkan banyak masyarakat di wilayah Tanjungbatu Kota khususnya di Kecamatan Kundur yang lebih suka berbelanja di pasar modern dan mulai enggan berbelanja di pasar tradisional. Namun eksistensi pasar yang mampu bertahan dan bersaing dengan toko-toko yang ada masih dapat terlihat hingga sekarang.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik mengangkatnya dalam sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun-Kepulauan Riau)”**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dibicarakan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI PASAR TRADISIONAL TANJUNGBATU KUNDUR DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Pedagang Pakaian di Pasar**

Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun-Kepulauan Riau).”

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun-KEPRI?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun-KEPRI?
3. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun-KEPRI?
4. Apakah kualitas produk, harga dan lokasi penjualan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun-KEPRI?
5. Bagaimana tinjauan ekonomi Syari’ah terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun-KEPRI?

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.

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.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun Kepulauan Riau
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun Kepulauan Riau
- c. Untuk mengetahui pengaruh lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun Kepulauan Riau.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi penjualan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun Kepulauan Riau.
- e. Untuk mengetahui Tinjauan Ekonomi Syari'ah terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun Kepulauan Riau.

2. Manfaat penelitian

- a. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan satu usaha untuk mengetahui atau memperdalam ilmu pengetahuan penulis dalam mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh di perkuliahan pada jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas 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.

Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. Serta menerapkan wawasan yang sesuai dengan konsep ekonomi Syari'ah mengenai keputusan pembelian.

- b. Bagi pedagang, hasil penelitian dapat menjadi pertimbangan bagi pedagang dalam melakukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan penjualannya.
- c. Bagi akademik, sebagai referensi bagi penelitian dan sebagai dokumentasi akademik.
- d. Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana SI pada fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

E. Model Penelitian

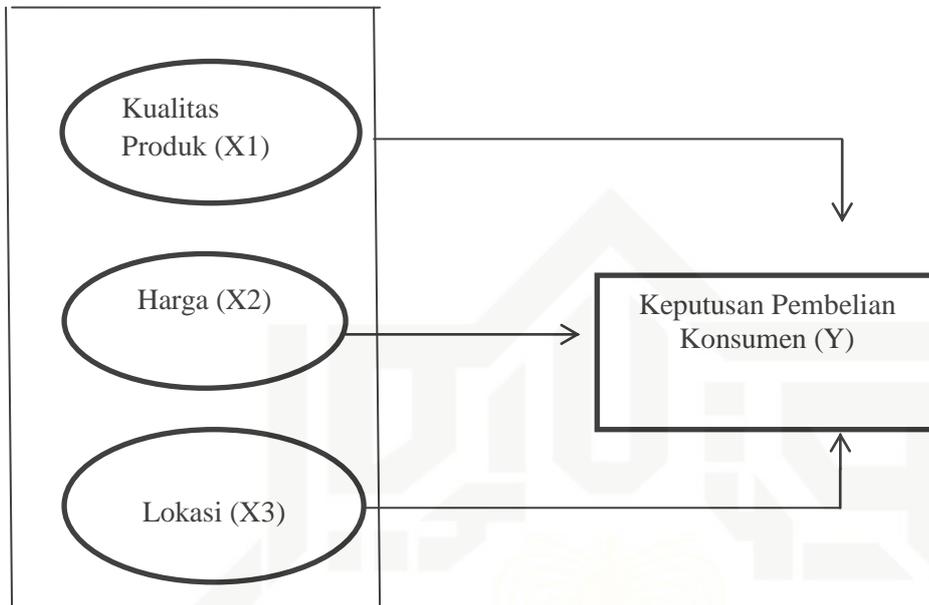
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen di Pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kunder. Penelitian terdiri dari tiga variabel independent (X) yaitu, kualitas produk, harga, dan lokasi dan satu variabel dependent (Y) yaitu keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kunder.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan di atas penulis membuat model kerangka berpikir yang menjelaskan sistematika kerja penelitian ini yaitu sebagaimana terlihat pada gambar di bawah ini:

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.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Tabel 1.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas produk (X1)	Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.	a. Bentuk (Form) b. Ciri-ciri produk (feature) c. Kinerja (performance) d. Ketepatan/ kesesuaian (conformance) e. Ketahanan (durability) f. Keandalan (reliability) g. Kemudahan perbaikan (repairability) h. Gaya (style) i. Desain (design)
Harga (X2)	Menurut Kotler dan Armstrong, Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk.	a. Keterjangkauan harga b. Daya saing harga c. Kesesuaian harga dengan manfaat
Lokasi Penjualan (X3)	Menurut Fandy Tjiptono, Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk	a. Akses b. Visibilitas c. Tempat parkir yang luas dan aman d. Ekspansi

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	Definisi	Indikator
	menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.	
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler, Keputusan Pembelian adalah proses di mana konsumen melewati lima tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu.	a. Pengenalan Kebutuhan b. Pencarian Informasi c. Evaluasi Alternative d. Perilaku Pasca Pembelian

F. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan landasan analisa teori di atas dapat disusun suatu hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris, yaitu:

- Ha₁ : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur.
- Ha₂ : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur.
- Ha₃ : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pasar pakaian tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur.

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.

G Metode penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang berlokasi di Pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun Kepulauan Riau. Peneliti memilih lokasi tersebut karena berdasarkan observasi di lapangan, peneliti menemukan kecenderungan masyarakat yang lebih suka berbelanja di pasar modern dan mulai enggan berbelanja di pasar tradisional.

2. Subjek dan Objek

Subjek penelitian ini adalah pedagang dan konsumen di Pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun Kepulauan Riau.

Objek penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syari'ah (Studi Pedagang Pakaian di Pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun Kepulauan Riau).

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, untuk keperluan penelitian ini diambil populasi dengan berpedoman pada pendapat Suharsimi Arikunto: "Apabila subjek kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua, sehingga penelitian merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau

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.

lebih, tergantung setidak-tidaknya dari kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu dan dana.

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah pedagang yang berjumlah 40 orang dengan sampel 20 pedagang, dengan menggunakan teknik *Random Sampling*.

Sedangkan konsumen, karena jumlahnya tidak diketahui dengan pasti, oleh sebab itu diambil sampel 40 konsumen dengan teknik *Accidental Sampling*.

4. Sumber data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian yaitu dari pedagang dan konsumen.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai referensi buku yang berkenaan dengan masalah penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memudahkan dalam mengumpulkan data-data dan fakta di lapangan, maka penulis menggunakan beberapa teknis antara lain:

- a. Observasi yaitu pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi yang jelas dan sebenarnya secara langsung.
- b. Wawancara yaitu penulis secara langsung melakukan wawancara dengan para pedagang pakaian di pasar tradisional Tanjungbatu Kundur.

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.

- c. Angket yaitu metode pengumpulan data melalui pertanyaan yang disebarakan kepada responden.
- d. Dokumen, yaitu penulis memakai literature atau buku-buku dan dokumen-dokumen yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas, untuk dapat menjadi bahan bacaan pendukung teori penelitian ini.

6. Teknik Analisis Data

a. Teknik Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial.¹⁵ Pada skala Likert peneliti harus merumuskan sejumlah pertanyaan mengenai suatu topik tertentu dan responden diminta untuk memilih apakah ia sangat setuju, setuju, netral/ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju terhadap pertanyaan tersebut. Setiap pilihan jawaban memiliki bobot yang berbeda dan seluruh jawaban responden dijumlahkan berdasarkan bobotnya sehingga menghasilkan suatu skor tunggal mengenai suatu topik tertentu.

Tabel 1.2
Skala Skor Penelitian

Keterangan	Simbol	Skor
Sangat Setuju	ST	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

¹⁵ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), Edisi. I, h. 82.

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.

b. Analisis Kuantitatif

Di dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yaitu penelitian dengan menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika, yaitu data-data kuantitatif yang dikumpulkan melalui pengukuran. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Uji Instrument Penelitian

a) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrument yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Instrument dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung $\geq r$ tabel. Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi person produk momen*.¹⁶ Untuk menentukan r hitung dibantu dengan SPSS 20.

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi
- x = Deviasi rata-rata variabel X
= $X - \bar{X}$
- y = deviasi rata-rata variabel Y
= $Y - \bar{Y}$

¹⁶ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Cet. Ke-2, h. 23-24.

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.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha-Cronbach*. Batasan nilai dalam uji ini adalah 0,6. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Pengujian ini dapat dilihat pada kolom *reliability statistics (cronbach Alpha)* dengan menggunakan komputer program SPSS versi 20.

c) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel bebas atau variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Model yang paling baik adalah apabila datanya berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.¹⁷

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), Cet. 8, h.25.

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.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).¹⁸ Model regresi dikatakan bebas multikolinieritas jika *variance inflation factor* (VIF) disekitar angka 1, dan mempunyai angka tolerance mendekati 1. Jika korelasi antar variabel independen lemah (dibawah 0,5) maka dapat dikatakan bebas multikolinieritas.

b. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁹ Untuk melakukan pengujian terhadap asumsi ini dilakukan dengan menggunakan analisis grafik plots. Apabila titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

¹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*, (Semarang: UNDIP, 2005), h. 41-45.

¹⁹*Ibid*, h. 125.

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) Uji Hipotesis penelitian

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*). Analisis regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.²⁰

Bentuk persamaannya adalah: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
- X₁, X₂ dan X₃ = Variabel independen

b. Uji Korelasi Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (x) memiliki hubungan secara signifikan terhadap variabel dependen (y) dengan $\alpha = 0.05$ atau 5%. Jika t hitung \geq t tabel, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen. Jika t hitung \leq t tabel maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen.²¹ Nilai t hitung dapat ditentukan dengan rumus:

²⁰ Ridwan Dan Sunarto, *Pengantar Statistic Untuk Penelitian Pendidikan, Social, Ekonomi, Komunikasi, Dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Cet. Ke-3, h. 108.

²¹ Suliyanto, *Op.Cit*, h. 198.

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.

$$t_{\text{hitung}} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t_{hitung} = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Adapun rumusan hipotesis yang menggunakan uji t adalah sebagai berikut:

$$H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

$$H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 = 0$$

Pengujian dilakukan melalui uji t dengan membandingkan t_{hitung} (t_h) dengan t_{tabel} (t_t) pada $\neq 0,05$. Apabila hasil perhitungan menunjukkan:

- a. $t_h \geq t_t$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variasi variabel bebas dapat menerangkan variasi variabel terikat dan terdapat pengaruh diantara kedua variabel yang diuji.
 - b. $t_h \leq t_t$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variasi variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak terdapat pengaruh antara kedua variabel yang diuji.
- c. Uji Simultan (Uji F)**

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semu variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel

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.

dependen/ terikat.²² Untuk menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

$$H_0: b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

$$H_a: b_1 \neq b_2 \neq b_3 = 0$$

Pengujian dengan menggunakan uji F variasinya adalah dengan membandingkan F_{hitung} (F_h) dengan F_{tabel} (F_t) pada $\alpha = 0,05$ apabila hasilnya menunjukkan:

- a. $F_h \geq F_t$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variasi dari model regresi berhasil menerangkan variasi variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel terikat.
- b. $F_h \leq F_t$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variasi dari model regresi tidak berhasil menerangkan variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel terikat.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi

²² Imam Ghozali *Op.Cit*, h. 88.

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.

dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.²³

7. Teknik Penulisan

- a. Deskriptif, yaitu menggambarkan masalah yang dibahas berdasarkan data-data yang diperoleh kemudian data tersebut dianalisis.
- b. Induktif, yaitu mencari data yang khusus untuk menarik kesimpulan secara umum.

H. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Model Penelitian, Hipotesis Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM KECAMATAN KUNDUR

Bab ini membahas tentang sejarah Kecamatan Kundur, Letak geografis, demografis, agama dan budaya Tanjungbatu Kota. Gambaran umum pasar tradisional Tanjungbatu Kota, sejarah pasar tradisional dan kondisi pasar tradisional.

²³ Purbayu Budi Santosa Dan Ashari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel Dan SPSS*, (Yogyakarta: ANDI, 2005), Edisi. 1, h.144.

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.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Menguraikan tentang pengertian kualitas, pengertian produk, pengertian kualitas produk, pengertian harga, pengertian lokasi, pengertian keputusan pembelian, pengertian perilaku konsumen dalam Islam, perbedaan karakteristik pasar tradisional dan pasar modern.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Meliputi hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Tradisional Tanjungbatu Kota Kecamatan Kundur Kabupaten Karimun Kepulauan Riau berdasarkan Tinjauan Ekonomi Syari'ah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang dikemukakan penulis atas dasar analisis yang telah dilakukan.