

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

Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan adalah salah satunya melalui kegiatan pemasaran. Penerapan strategi pemasaran yang tepat diharapkan akan meningkatkan volume penjualan sehingga dapat memenangkan persaingan.

Kegiatan pemasaran yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.¹

Pemasaran adalah suatu aktivitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen²

¹Journal harun al-rasyd, agus tri indah, *pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor*, tanggerang selatan, 2018

²Joseph P Connon, William D.P JR Dan E. Jerome MC, *pemasaran dasar*, (Jakarta Salemba empat, 2008), h. 8.

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.

Kebutuhan alat transportasi sepeda motor di Indonesia dari tahun ketahun semakin meningkat. Hal ini merupakan peluang besar bagi perusahaan industri otomotif roda dua atau sepeda motor untuk menawarkan produknya guna meningkatkan angka penjualan dengan berbagai cara. Dalam pemasaran produknya, banyak industri yang menerapkan strategi. Di antaranya yaitu strategi harga dan variasi produk. Keadaan pasar yang semakin kompleks ini, menurut para produsen atau pengusaha untuk memiliki strategi pemasaran yang handal dan baik, sehingga produk-produknya tidak hanya laku tetapi juga mampu bersaing di pasar yang ada.

Dengan memenuhi strategi pemasran para pengusaha juga diharapkan benar-benar mampu mengetahui segala bentuk kekuatan ataupun kelemahan produk dan kondisi internal perusahaan, sehingga mampu melakukan manajemen kontrol yang baik dalam segi produksi.

Sebuah perusahaan pasti ingin usahanya selalu berjalan dengan lancar tanpa hambatan, oleh karena itu mereka harus menjaga dan mengamalkan dalam menjalankan bisnis sifat-sifat yang diajarkan islam semestinya. Menurut ajaran islam kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan nilai-nilai islam yang dijiwai oleh semangat ibadah kepada Allah dan berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama. Adapun misalnya dalam hal yang sangat penting, yakni berlaku adil dalam berbisnis (*'adl*) sikap adil akan mendekatkan pelaku nya pada nilai ketakwaan.³

³Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi)*, Jakarta: Pranadamedia Group, 2015), h 281.

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.

Selain itu perdagangan juga harus dilakukan dengan jujur dan terpercaya, sebagaimana sabda Nabi berikut:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخَدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ :
 التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رَوَاهُ الثَّرْمُذِيُّ) وَ فِي رِوَايَةٍ
 أَحْمَدَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ
 وَالشُّهَدَاءِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ

Artinya: “Dari abu said al-khudri r.a, kataya, Rasulullah SAW bersabda, ‘Perdagangan yang terpercaya dan jujur akan bersama para Nabi, para Shiddiqin, dan syuhada’”. (HR al-Tarmidzi) Dalam riwayat Ahmad Rasulullah SAW bersabda “pedagang yang jujur lagi terpercaya akan bersama dengan para Nabi, para shiddiqin dan para suhada pada hari kiamat”. (HR. Ahmad)

Banyaknya jumlah perusahaan yang beredar di pasar konsumen menunjukkan tingkat kebutuhan dan permintaan konsumen atas kendaraan yang harus segera dipenuhi oleh perusahaan, sehingga peranan manajer pemasaran yang bertanggung-jawab dalam hal ini akan menentukan strategi-strategi pemasaran yang akan diterapkan, agar produknya dapat diterima dan diminati oleh pasar konsumen.

Kotler mengemukakan bahwa bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. McCarthy mengklasifikasikan alat-alat itu menjadi empat kelompok yang luas yang

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.

disebut ”Empat P” *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi).⁴

Dari keempat bauran tersebut di atas, variabel harga merupakan satu-satunya yang dapat menghasilkan pendapatan, dari pada bauran lainnya menghasilkan biaya. Harga merupakan variabel yang sangat penting untuk diperhatikan, di samping karena harga mempengaruhi jumlah pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan, harga juga dapat menjadi sebuah nilai yang akan diterima oleh konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Di sisi konsumen, harga merupakan hal yang memegang peranan penting.⁵

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. Dalam arti lain, harga adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu tertentu dan di pasar tertentu⁶. Harga juga dimaksudkan adalah tinggi rendahnya nilai sesuatu barang atau jasa yang dapat diukur dengan uang.⁷

Harga adalah tingkat kemampuan seseorang dalam menilai suatu barang dengan nilai atau satuan alat ukur rupiah sehingga dapat memiliki

⁴E. Jerome, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 1996), h. 7

⁵Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2 Edisi ke-8*, (Jakarta:Erlangga 2001), h. 71-72

⁶*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Departemen Pendidikan Nasional Indonesia, Pusat Bahasa

⁷Ahmad Muhammad Al-Assal, Sistem, *Prinsip dan Tujuan Ekonomi Islam*, Alih Bahasa Drs H. Imam Saefudin, CV. Pustaka Setia, Bandung, 1999, h. 26. 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.

barang atau jasa yang ditawarkan. Sehingga setiap orang jika membeli suatu produk pasti mempunyai pendapat yang berbeda tentang harga. Hal ini dilihat dari sudut pandang seseorang satu berbeda dengan yang lain karena mempunyai kemampuan beli yang berbeda.

Masalah harga sebenarnya merupakan salah satu dari empat (4) variabel utama yang harus dikendalikan secara serasi, selaras dengan tujuan yang akan dicapai oleh manajer pemasaran⁸

Menurut Willian J. Stanton harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya⁹

Harga yang terlalu tinggi akan membentuk persepsi konsumen bahwa produk kita termasuk pada katagori barang mewah superior (berkualitas tinggi). Sedangkan jika harga yang kita tawarkan terlalu rendah, maka dapat membentuk persepsi konsumen bahwa produk kita adalah interior (berkualitas rendah). Jadi, bukanlah hal mudah bagi sebuah perusahaan dalam menentukan harga, perusahaan harus ekstra hati-hati dalam membuat kebijakan terkait dengan harga. Pada harga berapakah tepatnya, barang-barang atau jasa itu harus dijual? pertanyaan ini akan terus diulang-ulang beberapa kali sehari di perusahaan di seluruh dunia. Ungkapan tersebut menunjukkan betapa pentingnya keputusan yang diambil oleh perusahaan dalam menentukan harga, dan juga bahwasannya konsumen dan organisasi akan membeli sesuatu dalam jumlah banyak jika harganya tepat atau layak.

⁸Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Revisi*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2002), h.267

⁹Marius P. Angipora, *Op.cit*, h. 268

Selain harga yang juga sangat penting diantara bauran pemasaran adalah masalah produk karena konsumen akan memilih perusahaan mana yang akan di kunjungi dengan mempertimbangkan lengkap tidaknya produk yang dijual pada perusahaan tersebut, jika ada perusahaan yang lebih lengkap meskipun jarak yang ditempuh agak jauh maka konsumen akan mengunjungi perusahaan yang lebih lengkap produknya. Pada dasarnya tidak ada patokan tentang jumlah dan jenis barang yang bisa dipajang di perusahaan atau toko. Akan tetapi paling tidak kita merefleksikan sedikit tentang arti dari perusahaan itu sendiri. Tentunya mendekati keinginan pasar, sekali membeli bisa mendapatkan berbagai macam kebutuhannya. Berarti varian barang yang ditawarkan juga harus variatif.

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Hubungan antara keragaman produk dengan keutusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan suatu perusahaan.¹⁰

Keragaman merupakan sejumlah SKU dalam kategori toko dengan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan keinginan.¹¹

Berdasarkan pengertian menurut berbagai para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa variasi produk adalah strategi perusahaan dengan menganeekaragaman produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya.

¹⁰eka kiki febriana, "Jurnal pengaruh keragaman produk kualitas produk dan lokasi penjualan terhadap keputusan konsumen".

¹¹Novta sari, selfi setiawati, "Jurnal pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen"

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.

Pertimbangan selanjutnya, dengan memperhatikan target konsumen yang telah dibuat sebelumnya. Di sini kita harus pandai-pandai mencari tahu apa saja keperluan dan kebutuhan dari target konsumen pertama. Jangan sampai orang terdekat membutuhkan suatu barang, ternyata serba tidak tersedia. Ini merupakan awal yang kurang baik, karena mereka inilah yang menjadi nasabah atau kosumen pertama. Jadi harus dilayani dengan baik salah satu caranya dengan menyiapkan barang kebutuhan mereka. Meskipun jumlah tidak banyak yang penting lengkap dan ada. Sedangkan target konsumen utama, menjadi inspirasi dalam usaha mendatangkan barang dalam jumlah yang banyak. Ini perlu diperhatikan secara bertahap. Biasanya pada awal-awal membuka usaha, hal ini kurang bisa diantisipasi. Akan tetapi seiring dengan tekad dan kemauan untuk mencari tahu, maka problem ini bisa diatasi secara perlahan. Jumlah persediaan barang untuk kelompok ini sedikit lebih banyak; mungkin dua kali lipat dari prediksi kebutuhan.

Keputusan pembelian adalah tahap yang dilewati konsumen dalam membeli barang atau jasa. Sedangkan menurut Pride dan Farrel keputusan pembelian adalah proses keputusan dan aktivitas pembelian dari orang-orang yang membeli produk untuk penggunaan pribadi atau rumah tangga dan tidak untuk kegiatan bisnis.

Menurut Kotler dan Amstrong¹² seorang konsumen dengan tingkat keterlibatan yang tinggi biasanya mengalami 5 tahapan sebelum melakukan pembelian. Proses tersebut antara lain:

1. Pengenalan Kebutuhan

¹²Kotler dan Amtrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta; Perhalindo, 2008), h. 108

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. 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. pencarian Informasi
3. evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Perilaku Pascapembelian

Suzuki indonesia merupakan kelompok usaha yang bergerak dibidang industri otomotif yang memproduksi, memasarkan, memperniagakan motor, mobil. Hal tersebut juga didukung dengan pelayanan purna jual suku cadang serta perbaikan/pemeliharaan diseluruh indonesia yang solid dan terintegrasi dalam melayani para pelanggan suzuki.

Suzuki indonesia telah memberikan kontribusi untuk bangsa dan masyarakat dengan memberikan produk-produk bermanfaat bagi perkembangan bangsa. Pelayanan profesional dibidang pemasaran produk jasa juga menjadi komitmen utama kami untuk memberikan yang terbaik bagi para pelanggan setia suzuki, saling percaya dan menghormati merupakan nilai yang kami tanam dalam setiap kerja sama yang dijalani antara karyawan, pemasok, dealer-dealer diseluruh indonesia.¹³

Dari sekian banyak dealer yang penulis temui, PT Suzuki Duta Expo Labuhanbatu menjadi salah satu tujuan tempat untuk memenuhi kebutuhan motor yang menyajikan berbagai jenis motor. Dengan berbagai varian produk yang disajikan oleh PT Suzuki Duta Expo Labuhanbatu untuk menarik para konsumen, sehingga membuat konsumen memutuskan untuk membeli, untuk menarik konsumen perusahaan harus membuat strategi pemasaran dengan baik dan tepat.

¹³www.suzuki.co.id

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.

Penelitian ini dilakukan di daerah Rantauprapat Labuhanbatu. Meskipun PT. Suzuki Duta Expo tidak kalah saing dengan dealer lainnya dalam penetapan harga dan mengeluarkan berbagai varian produk mereka, namun keberhasilan belum seoptimal mungkin diraih. Ini dapat dilihat dari tabel mengenai tingkat penjualan selama tahun 2017 dari perusahaan. Berikut ini adalah tabel penjualan, daftar produk dan bagan penjualan.

Tabel 1.1
PENJUALAN SEPEDA MOTOR DI LABUHANBATU
Tahun 2017

Periode	Target	Unit	Persentase
Januari-2017	125 unit	227 unit	288%
Februari-2017	125 unit	166 unit	207,5%
Maret-2017	125 unit	50 unit	62,5%
April-2017	125 unit	72 unit	90%
Mei-2017	125 unit	100 unit	96%
Juni-2017	125 unit	60 unit	75%
Juli-2017	125 unit	32 unit	40%
Agustus-2017	125 unit	45 unit	56%
September-2017	125 unit	33 unit	41,25%
Oktober-2017	125 unit	12 unit	15%
November-2017	125 unit	20 unit	25%
Desember-2017	125 unit	18 unit	22,5%
Total	1.500 unit	835 unit	

Sumber: Dokumentasi penjualan PT Suzuki DutaExpo Labuhanbatu tahun 2016/2017

Berdasarkan dari tabel 1.1 dijelaskan bahwa unit yang terjual dari bulan Januari 2017 sampai Desember 2017 mengalami fluktuatif. Jumlah unit yang

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.

terjual dalam 1 tahun mengalami fluktuatif secara drastis, utamanya pada bulan Februari, Maret, Juni, Juli, September, Oktober, dan Desember.

Tabel 1.2
DAFTAR VARIAN PRODUK DAN HARGA SUZUKI MOTOR PT SUZUKI DUTA EXPO LABUHANBATU

Nama varian produk	Harga
Suzuki GSX-S150	Baru: 24.000.000
Suzuki GSX-R125 ABS	Baru: 25.000,000
Suzuki GSX-S125 ABS	Baru: 30.000.000
Suzuki GSX-250R ABS	Baru: 50.000.000
Suzuki Bandit 650S	Baru: 20.000.000
Suzuki Satria FU 150	Baru: 18.500.000
Suzuki GSX-R150	Baru: 14.000.000
Suzuki RM-Z250	Baru: 37.000.000

Sumber: Dokumentasi PT. Suzuki Duta Expo Labuhanbatu Tahun 2016/2017

Dari tabel 1.2 dijelaskan bahwa terdapat banyak variasi model dan harga motor di PT.Suzuki Duta Expo Labuhanbatu. Dari data diatas didapati banyak nya harga dan varian produk di perusahaan tersebut menyebabkan terjadinya fluktuatif terhadap konsumen yang membeli di perusahaan tersebut seperti tabel dibawah ini.

Tabel 1.3
Data Konsumen PT Suzuki DutaExpo Labuhanbatu Pada Tahun 2017

Bulan	Jumlah Konsumen	Perubahan
Januari	227	
Februari	166	-61 orang
Maret	50	-116 orang

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

April	72	22 orang
Mei	100	28 orang
Juni	60	-40 orang
Juli	32	-28 orang
Agustus	45	13 orang
September	33	-12 orang
Oktober	12	-21 orang
November	20	8 orang
Desember	18	-2 orang
Jumlah	835 orang	

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dijelaskan bahwa jumlah konsumen yang melakukan pembelian pada PT Suzuki Duta Expo Labuhanbatu mengalami fluktuatif, utamanya pembelian pada bulan Februari, Maret, Juni, Juli, September, Oktober, dan Desember cenderung mengalami penurunan. Data tersebut merupakan data konsumen dalam membeli produk Februari, Maret, Juni, Juli, September, Oktober, dan Desember.

Dari uraian latar belakang permasalahan di atas, penulis tertarik melakukan penelitian tentang “*Pengaruh Harga dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merk Suzuki Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*”

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah maka perlu ada batasan masalah yang diteliti. Dalam hal ini penulis hanya meneliti mengenai pengaruh Harga dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian di PT Suzuki Duta Expo Labuhanbatu.

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.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT Suzuki Duta Expo di Labuhanbatu?
2. Apakah varian produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT Suzuki Duta Expo di Labuhanbatu?
3. Apakah harga dan varian produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Suzuki Duta Expo di Labuhanbatu?
4. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap pengaruh harga dan varian produk terhadap keputusan pembelian pada PT Suzuki Duta Expo di Labuhanbatu?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT. Suzuki Duta Expo di Labuhanbatu.
- b. Untuk mengetahui pengaruh varian produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT. Suzuki Duta Expo di Labuhanbatu.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga dan varian produk secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT. Suzuki Duta Expo di Labuhanbatu.
- d. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap pengaruh harga dan varian produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Suzuki Duta Expo di Labuhanbatu.

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. Manfaat Penelitian

Manfaat dari Penelitian ini sebagai berikut:

a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam rangka untuk meningkatkan penjualan terhadap semua jenis motor merk Suzuki dengan cara memberikan varian produk yang beragam.

b. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti dengan memahami lebih mengenai variabel dan indikator yang berpengaruh pada keputusan pembelian.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bertempat di daerah Labuhanbatu. Penulis memilih lokasi penelitian karena banyaknya masyarakat disana dan merupakan perusahaan terbesar di Kabupaten tersebut.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah konsumen pada PT. Suzuki Deta Expo Labuhanbatu. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah pengaruh harga dan varian produk terhadap keputusan pembelian di PT. Suzuki Deta Expo Labuhanbatu.

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

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Suzuki Duta Expo Labuhanbatu. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 835 orang yang diambil dari data konsumen pada tahun 2017.

Karena jumlah populasi yang cukup banyak maka penulis mengambil sampel sebanyak 89 orang yang merupakan konsumen PT. Suzuki Duta Expo Labuhanbatu. Penentuan penelitian sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *slovin*.¹⁴

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

Keterangan :

n : Ukuran sampel

N : Jumlah populasi (Disini jumlah populasi diambil peneliti dari data konsumen yang mengunjungi PT Suzuki Duta Expo Labuhanbatu 2017).

e : Persentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan. Pengambilan sampel yang masih dapat ditoleril atau diinginkan.

Dalam penelitian ini sebesar 10%

$$\begin{aligned}
 &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\
 &= \frac{835}{1+8,35}
 \end{aligned}$$

¹⁴Nugraha Setiawan, *Penentuan Ukuran Sample Memakai Rumus Slovin dan tabel Krajcic Morgan : Telaah Konsep dan Aplikasinya*, (Bandung : Fakultas Padjajaran,2007), cet. Ke III, h. 7

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.

$$= \frac{835}{9,35}$$

$$= 89$$

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *accidental sampling*, yakni Teknik memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai, 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 berupa data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya, pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti.
- b) Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Data tersebut adalah berupa dokumen, arsip, buku-buku ataupun literatur-literatur lain yang berkaitan dengan objek penelitian ini.

5. Metode Pengumpulan Data

Dalam metode ini ada beberapa metode yang penulis pakai seperti sebagai berikut:

a) Kuisisioner

Kuisisioner adalah tahap pencarian bahan peneliti yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis yang terkait dengan produk yang dijual PT Suzuki Duta Expo Labuhanbatu.

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) Wawancara

Wawancara, yaitu dengan melakukan tanya jawab kepada responden. Adapun pilihan jawaban di sesuaikan dengan pertanyaan yang diberikan. hal ini dilakukan agar data yang diperoleh lebih valid kebenarannya dan terarah.

c) Observasi

Observasi, yaitu peneliti mengamati secara langsung subjek penelitian guna memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

d) Dokumentasi

Metode ini berupa dokumentasi pada PT. Suzuki Duta Expo Labuhanbatu baik berupa foto, rekaman suara, video dan lain lain.

6. Analisis Data

Setelah data lapangan berhasil dikumpulkan, selanjutnya penulis menganalisa data tersebut dengan menggunakan metode kuantitatif dengan uji-uji sebagai berikut.¹⁵

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Reabilitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama dan tidak berubah-ubah, konsisten, dan dapat diandalkan. Peneliti melakukan uji reabilitas

¹⁵Mastuhu, *Manajemen Penelitian Agama, Perspektif Teoritis dan Praktis*, (Jakarta : Badan Litbang Agama, 2000), cet ke I, h. 186

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.

dengan menggunakan metode alpha. Suatu instrumen dikatakan reliable apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$. Jika nilai reabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan $> 0,8$ adalah baik.

2) Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian terhadap asumsi klasik normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal atau tidak. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal ataukah tidak yaitu dengan melihat grafik normal probability dan uji statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Pada uji statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* jika didapat signifikan > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolonieritas

Untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat

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.

dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolonieritas.

3) Uji Autokorelasi

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 Durbin-Watson (DW- Test).

4) Uji Heteroskedastisitas

Menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian nilai residual satu pengamatan yang lain. kemungkinan adanya dugaan Scatterplot dimana sumbu x adalah residual dan sumbu y adalah nilai y yang diprediksi. Jika pada grafi tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu y , maka tidak terjadi tererokedalitas atas suatu model regresi.

c. Uji Hipotesis Penelitian

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel variabel independen berhubungan positif atau

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.

negatif dan unyuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.¹⁶

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = keputusan pembelian

a = Konstanta

X₁ = Harga

X₂ = Varian produk

B₁b₂ = Koefisien Regresi

e = Tingkat Kesalahan (error)

2) Uji Parsial (t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) dengan $\alpha = 0.05$ (5%) dengan dasar pengambilan keputusan sebagai : jika t hitung > t tabel, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependent. Jika t hitung < t tabel, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependent.

¹⁶ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h.

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 Simultan F (Uji F)

Uji F digunakan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *independen* atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen* atau terikat (Ghozali,2006).

Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut :

1. Titik persentasi distribusi F untuk probabilita = 0,05
2. Derajat kebebasan f tabel (a,k,n-k-1)

$$a = 0.05$$

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah sampel

3. Menentukan kriteria pengujian

H_0 di tolak apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$

H_a ditolak apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$

4. Menentukan f dengan rumus :

$$f = \frac{\frac{R^2}{k}}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Dimana :

R^2 = koefisien determinasi berganda

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas

kesimpulan :

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.

- Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.
- Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara simultan.

4) Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel.

Tabel 1.4
PEDOMAN MEMBERIKAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00-0,199	Sangat Rendah
2	0,20-0,399	Rendah
3	0,40-0,599	Sedang
4	0,50-0,799	Kuat
5	0,80-1,00	Sangat Kuat

5) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat). Nilai R^2 ini mempunyai range 0 sampai $\leq (0 \leq R^2 \leq 1)$. Semakin besar nilai R^2 (mendekati satu) maka semakin baik hasil regresi tersebut, dan semakin mendekati nol maka variabel keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat.

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.

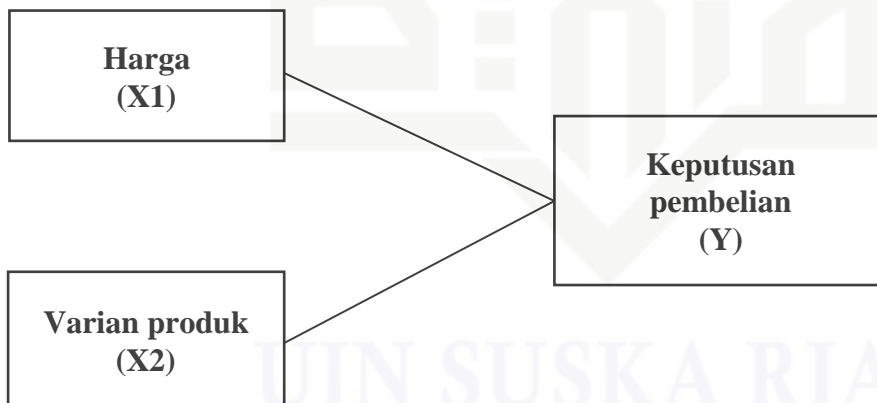
7. Metode penulisan

Setelah data-data tersebut ditela'ah untuk menjawab permasalahan-permasalahan dalam penelitian, kemudian data tersebut disusun dengan menggunakan metode:

- a) Metode induktif yaitu pengumpulan data-data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, kemudian data tersebut dianalisa dan diambil kesimpulannya secara umum.
- b) Metode deduktif merupakan pengupulan data-data yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, kemudian data tersebut dianalisa dan diambil kesimpulannya secara khusus.

F. Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu dugaan-dugaan yang perlu di cari kebenarannya, yang mana dugaan itu mungkin benar dan mungkin salah, melalui cara mencari jawaban melalui penelitan yang dilakukan. Sebelum

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

mengungkapkan hipotesis penelitian, peneliti harus mampu menjelaskan teori dan empiris mengapa hipotesis tersebut muncul. Pada bagian ini, peneliti harus merangkum kembali teori yang ada dan sedapat mungkin di dukung oleh hasil penelitian empiris. Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H1: Diduga harga berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Suzuki.
2. H2 : Diduga Varian produk berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Suzuki.
3. H3 : Diduga harga dan varian produk berpengaruh positif secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Motor Suzuki.

H. Variabel

Tabel 1.5
Operasional Variabel

Variabel	Pengertian	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap yang dilewati konsumen dalam membeli barang atau jasa. ¹⁷	<ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan kebutuhan • Pencarian informasi • Evaluasi alternatif • Keputusan membeli • Perilaku pasca pembelian
Harga (X1)	Harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. ¹⁸	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian harga dengan kualitas • Keterjangkauan harga • Harga bersaing • Harga bervariasi

¹⁷ Schiffman Leon, Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (PT. Macanan Jaya Cemerlang,2008), h.47

¹⁸ William J. Stanton, Y. Lamarto, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1984), h. 306

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.

		<ul style="list-style-type: none"> • Potongan harga
Varian Produk (X2)	Segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dan digunakan guna untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. ¹⁹	<ul style="list-style-type: none"> • Variasi ukuran produk • Variasi kualitas produk • Variasi <i>discount</i> • Variasi desain

I. Sistematika Penulisan

untuk mengetahui secara garis besar penyusunan skripsi ini, maka penulis membaginya dalam 5 (lima) bab seperti berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pembahasan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Gambaran Umum Tentang Lokasi Penelitian menyajikan Gambaran umum perusahaan, lokasi perusahaan, sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan serta produk-produk perusahaan.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Tinjauan Teoritis bab ini merupakan landasan teori-teori yang terdiri dari berbagai pengertian yakni teori harga dan varian produk serta keputusan pembelian dan perspektif ekonomi Islam.

¹⁹ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran* jilid 1 Edisi Kedelapan, Jakarta Erlangga, 2001, h. 346

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 IV

: HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

Pengaruh Harga dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus PT Suzuki DutaExpo di Labuhanbatu). dalam bab ini dibahas hasil penelitian yaitu Pengaruh Harga dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.

BAB V

: PENUTUP

Kesimpulan dan saran ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh dari bab-bab sebelumnya.