

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

Berkembangnya department store atau ritel di Indonesia membuat persaingan bisnis ritel semakin ketat. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan ritel agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarnya. Jadi pemasaran ritel yang berorientasi pada konsumen akan selalu mempelajari dan mencermati perilaku konsumen.¹

Hampir di setiap lingkungan tidak terkecuali toko memiliki sejumlah perangsang yang akan mempengaruhi konsumen, salah satunya yaitu karakteristik dari konsumen lain yang datang.² Konsumen yang datang ke toko sering kali tidak sendiri, mereka datang bersama suami atau istri, bahkan dengan anak-anaknya atau kerabatnya. Perilaku konsumen dengan anak-anaknya akan berbeda satu sama lain. Sebagian anak-anak mungkin berlari-lari dan mengganggu konsumen lain.³

Konsumen tidak hidup sendiri, ia berinteraksi dengan orang-orang di sekelilingnya. Konsumen hidup bersama dengan orang lain. Konsumen adalah makhluk sosial yang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya, bahkan konsumen pun akan mempengaruhi lingkungan sekitarnya. Konsumen yang berperilaku

¹ Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 45

² Paul Peter, *Consumen Behavior*, Terj. Damos Sihombing (Jakarta: Erlangga, 2000), h.

³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 282

buruk akan menimbulkan kerugian kepada pihak lain. Lingkungan sosial konsumen adalah orang-orang lain yang berada di sekelilingnya, termasuk dari perilaku-perilaku orang tersebut.⁴

Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului tindakan tersebut. Jadi konsumen akan memilih untuk berbelanja di toko atau tempat tertentu yang dapat memenuhi keinginannya tersebut.⁵ Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain.⁶

Perilaku manusia yang baik ditunjukkan oleh sifat-sifat dan gerak kehidupannya sehari-hari. Manusia sebagai individu dan sebagai makhluk sosial, tidak berhenti dari berperilaku. Penting untuk direnungkan oleh manusia dalam menjalani kehidupan ini, tentang terminologi yang hitam-putih mengenai perilaku baik dan buruk, mengenai akhlak yang terpuji dan tercela. Setiap hari, perilaku manusia dapat berubah-ubah. Manusia wajib mengerti dan memahami makna baik dan buruk.⁷

Istilah akhlak secara sosiologis disamaartikan dengan istilah moral, etika, tatasusila, tingkah pola, perilaku, sopan santun dan tata krama manusia

⁴ *Ibid.*, h. 271-272

⁵ Christina Whidya Utami, *loc.cit.*

⁶ Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

⁷ Beni Ahmad Saebani, *Ilmu Akhlak*, (Jakarta: Pustaka Setia, 2010), h. 205-206

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.

menjalankan kehidupan bermasyarakat. Dalam agama Islam, landasan normatif akhlak manusia adalah *Al- Qur'an* dan *As- Sunnah*.⁸

Firman Allah SWT dalam Surat *Al- Qalam* ayat 1-4:

ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ ۱ مَا أَنْتَ بِنِعْمَةٍ رَبِّكَ بِمَجْنُونٍ ۲ وَإِنَّ لَكَ لَأَجْرًا غَيْرَ مَمْنُونٍ ۳ وَإِنَّكَ
 لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ ۴

Artinya: “*Nun, demi kalam dan apa yang mereka tulis, berkat nikmat Tuhanmu kamu (Muhammad) sekali-kali bukan orang gila, dan sesungguhnya bagi kamu benar-benar pahala yang besar yang tidak putus-putusnya, dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung.*”⁹

“*Nun demi kalam dan apa yang mereka tulis*”, maksud ayat ini adalah Allah bersumpah demi pena dan apa yang di tulis oleh orang- orang yang menulis bahwa Muhammad adalah benar- benar sebagai utusan Allah. “*Berkat nikmat Tuhanmu kamu (Muhammad) sekali-kali bukan orang gila*”, maksud ayat ini adalah Nabi Muhammad bukanlah orang gila sebagaimana dikatakan orang- orang jahat dari orang muyrik, dengan nikmat Allah kamu orang yang pandai tidak sebagaimana dikatakan mereka.¹⁰

“*Dan sesungguhnya bagi kamu benar-benar pahala yang besar yang tidak putus-putusnya*”, maksud ayat ini adalah bagi kamu ada pahala yang tiada putus.

“*Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung*”, maksud ayat ini adalah Nabi Muhammad memiliki akhlak yang mulia dan tinggi serta

⁸ *Ibid.*, h. 51-52

⁹ *Al- Quran*, 68:1-4.

¹⁰ Syaikh Muhammad Ali Ash- Shabuni, *Shafwatul Tafsir: Tafsir- Tafsir Pilihan*, Terj. Yasin (Jakarta: Pustaka Al- Kautsar, 2011), h. 441

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.

menghimpun segala kemuliaan. Akhlak Nabi Muhammad adalah ilmu, kesantunan, tidak pemaarah, sabar dan memiliki etika dan sifat mulia lainnya.¹¹

Ayat diatas menyatakan bahwa Nabi Muhammad SAW memiliki akhlak yang paling mulia. Oleh karena itu, seluruh umat manusia yang beriman kepada Nabi Muhammad SAW wajib menjadikan akhlak Beliau sebagai rujukan perilaku dan suri teladan.¹²

Akhlak tercela dianggap sebagai gangguan kepribadian atau psikopatologi, sebab hal itu mengakibatkan dosa (*al'itsm*), baik dosa vertikal maupun dosa horizontal atau sosial. Dosa adalah kondisi emosi seseorang yang dirasa tidak tenang setelah ia melakukan suatu perbuatan dan merasa tidak enak jika perbuatannya itu diketahui oleh orang lain.¹³

Seperti produk, sebuah toko juga memiliki kepribadian. Beberapa toko bahkan memiliki citra yang sangat jelas didalam benak konsumen. Dengan kata lain, *image* (citra) sebuah toko adalah kepribadian sebuah toko. Kepribadian atau *image* toko menggambarkan apa yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap toko tertentu.¹⁴

Toko-toko yang berada dalam organisasi jaringan yang memiliki citra bagus akan menjadi daya tarik bagi konsumen meski letaknya berdekatan dengan toko-toko sejenis yang dipersepsikan tidak seberapa baik oleh konsumen. Konsumen yang memiliki perhatian terhadap citra toko, tetapi mengalami pengalaman yang

¹¹ *Ibid.*, h. 442

¹² Beni Ahmad Saebani, *op.cit.*, h. 54

¹³ Abdul Mujib, *Kepribadian Dalam Psikologi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 353-354

¹⁴ Sopiah Dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h. 138

Hak Cipta Diindungi 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.

tidak menyenangkan saat berbelanja dalam jangka panjang bisa menurunkan citra toko.¹⁵

Store image adalah apa yang dipikirkan konsumen tentang suatu toko. Termasuk di dalamnya adalah persepsi dan sikap yang di dasarkan pada sensasi dari rangsangan yang berkaitan dengan toko yang diterima melalui kelima indera.¹⁶

Store image dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Produk
2. Harga
3. Atmosfer toko
4. Perilaku konsumen¹⁷

Sedangkan menurut Bloemer, beberapa tambahan untuk faktor- faktor yang mempengaruhi *store image* salah satunya yaitu klien (konsumen).¹⁸ Pada pembahasan ini, penulis hanya menfokuskan meneliti pada satu faktor yaitu perilaku konsumen.

Perilaku buruknya seperti konsumen yang duduk di lantai lorong rak buku sembarangan yang menyulitkan konsumen lain untuk lewat sehingga harus memutar balik melewati lorong lain, kebisingan yang ditimbulkan oleh konsumen, berperilaku kasar dan emosional saat bertransaksi, membuka sampul buku sembarangan dan pada tahun ajaran baru terjadi perubahan KTSP maka terjadi

¹⁵ *Ibid.*, h. 139

¹⁶ Husein Umar, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia, 2000), h.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Rizqi Nugraheni, 2012, “Pengaruh Citra Toko Terhadap Loyalitas Konsumen”, *Jurnal Cahaya Aktiva*. Vol. 02 No. 02, September 2012, 13. (Artikel Di Akses Pada 28 Oktober 2016)

perubahan terhadap buku yang telah terlanjur dibeli oleh konsumen sehingga konsumen meluapkan amarahnya kepada pihak toko, padahal toko hanya menjual dan kurikulum itu adalah urusan Pemerintah.

Disebabkan perilaku konsumen yang buruk itu mengakibatkan toko menjadi pusat perhatian konsumen lain yang juga berkunjung karena merasa bahwa toko masih kurang mampu memperhatikan perilaku konsumennya yang datang, jika hal ini terus berkelanjutan, kesan yang di rasakan konsumen lain akan berdampak buruk terhadap *store image* (citra toko) pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.

Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru merupakan salah satu toko buku yang ada di Pekanbaru. Pihak Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru telah berupaya memberikan pengertian, pemahaman dan pemberitahuan kepada konsumen yang datang untuk tidak berperilaku buruk agar tidak mengganggu konsumen yang lain dengan cara berkomunikasi langsung kepada konsumen atau dengan membuat pemberitahuan yang di tempel pada dinding toko. Walaupun kenyataannya toko buku Pustaka Timur telah berupaya untuk meminimalisir perilaku buruk konsumen tersebut, namun fenomena yang terjadi, beberapa konsumen masih berperilaku buruk.¹⁹

Hal yang menarik untuk diteliti adalah toko buku Pustaka Timur telah berupaya memberikan pengertian, pemahaman dan pemberitahuan kepada konsumen yang datang untuk tidak berperilaku buruk agar tidak mengganggu konsumen yang lain, namun kenyataannya beberapa konsumen yang berkunjung

¹⁹ Mahmud Hakim Marpaung (Pimpinan Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru), Wawancara, 22 Oktober 2016

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.

masih berperilaku buruk, lalu apakah perilaku buruk konsumen itu memberikan pengaruh terhadap *store image*, karena *image* dari toko adalah penting bagi konsumen dalam mengambil keputusan tentang di toko mana konsumen berbelanja.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dalam bentuk skripsi dengan judul : **“PENGARUH PERILAKU BURUK KONSUMEN TERHADAP *STORE IMAGE* PADA TOKO BUKU PUSTAKA TIMUR PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM”**.

B. Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah penelitian ini hanya pada Perilaku Buruk Konsumen dan *Store Image* Pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

Penulis mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Perilaku Konsumen Pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru?
2. Apakah Perilaku Buruk Konsumen Berpengaruh Terhadap *Store Image* Pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru?
3. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Perilaku Buruk Konsumen Pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menjelaskan Perilaku Konsumen Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.

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.

- b. Untuk menjelaskan Pengaruh Perilaku Buruk Konsumen Terhadap *Store Image* Pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru
- c. Untuk menjelaskan tinjauan Ekonomi Islam terhadap Perilaku Buruk Konsumen pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

- a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program strata satu (S1) jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.
- b. Sebagai pengembangan wawasan pemahaman bagi penulis dan masyarakat untuk mengetahui Perilaku Konsumen Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.
- c. Sebagai pengembangan wawasan pemahaman bagi penulis dan masyarakat untuk mengetahui Pengaruh Perilaku Buruk Konsumen Terhadap *Store Image* Pada Toko Pustaka Timur Pekanbaru.
- d. Sebagai pedoman untuk mengetahui pentingnya tinjauan Ekonomi Islam mengenai Perilaku Buruk Konsumen Pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.

E. Hipotesis

Sebelum melakukan pengolahan data mengenai pengaruh perilaku buruk konsumen terhadap *store image* pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru, maka terlebih dahulu penulis merumuskan hipotesis alternatif (H_a) dengan asumsi sebagai berikut:

H_a = Ada pengaruh antara Perilaku Buruk Konsumen Terhadap *Store Image* Pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.

H_0 = Tidak Ada pengaruh antara Perilaku Buruk Konsumen Terhadap *Store Image* Pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.

F. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Toko Buku Pustaka Timur yang beralamat di Jalan HR. Subrantas No. 81 Panam, Kota Pekanbaru, Riau.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen, pemilik toko dan karyawan, sedangkan objek penelitian ini adalah pengaruh perilaku buruk konsumen terhadap *store image* pada toko buku Pustaka Timur Pekanbaru.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Di sebabkan jumlah konsumen yang tidak dapat diketahui dengan pasti, maka peneliti mengambil rata-rata setiap bulan jumlah konsumen yang berkunjung untuk membeli dan konsumen yang berkunjung namun tidak membeli di Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru sebesar 153 orang. Adapun populasi karyawan yaitu 8 orang dan 1 pemilik.²⁰

b. Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu dengan memilih siapa yang kebetulan ada atau

²⁰ Mahmud Hakim Marpaung, (Pimpinan Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru), Wawancara, 22 Oktober 2016

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.

dijumpai oleh peneliti bila dipandang orang yang dijumpai cocok sebagai sumber data. Metode yang digunakan dalam menghitung sampel yaitu metode Slovin.²¹

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

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = nilai presisi (0,1)

Berdasarkan rumus yang diperoleh, jumlah sampel (n) untuk banyaknya jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{153}{153(0,1)^2 + 1} = \frac{153}{2,53} = 60,47$$

Jumlah populasi 153 orang dan diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60,47 atau 60 orang. Jadi penulis mengambil sampel sebanyak 60 orang sedangkan untuk karyawan diambil sampel 3 karyawan dan 1 pemilik dengan teknik *purposive sampling* yaitu dengan menentukan kriteria khusus terhadap sampel, terutama orang-orang yang dianggap ahli.²² Kriteria disini dikhususkan kepada karyawan dan kasir pada bagian buku dan pimpinan toko.

²¹Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h.146

²²Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), Cet. Ke-6, Ed. 1, h. 135

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.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer dari penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari konsumen, pemilik serta karyawan di Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.

b. Data Sekunder

Data sekunder dari penelitian ini berupa buku-buku, dokumen serta literatur- literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung kelapangan terhadap yang diteliti yaitu konsumen dan peristiwa di Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung atau secara lisan kepada subjek penelitian yaitu dengan konsumen, karyawan dan pimpinan Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru guna untuk mendapatkan informasi tambahan.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan atau pernyataan terhadap objek yang diteliti, yaitu daftar pernyataan secara tertulis kepada konsumen.

d. Dokumentasi

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.

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, peraturan, notulen, foto, dokumen dan sebagainya. Berupa data yang didokumentasikan oleh Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru dan foto yang di ambil oleh penulis.

e. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu dengan mengkaji dan meneliti buku- buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

6. Metode Analisa Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung $\geq r$ tabel, jika r hitung $\leq r$ tabel maka dikatakan tidak valid.²³

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan

²³ Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Ed. Ke-2, Cet. ke-3, h. 236

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.

beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.²⁴ Uji reliabilitas digunakan dengan menggunakan metode alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha $\geq 0,6$.²⁵

3) Skala Pengukuran

Pengukuran variabel bebas dan variabel dalam penelitian ini diatur dengan skala likert. Skala ini mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap serangkaian pernyataan yang mengukur suatu objek.²⁶ Dengan skala penilaian (skor) 1 sampai 5, varian jawaban untuk masing-masing item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel I.1
Skala Pengukuran

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

Sumber: Istijanto, 2006

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 121

²⁵ Duwi Priyatno, *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), h. 172

²⁶ Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), 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.

b. Uji Model Regresi

1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya.²⁷ Dimana variabel independen (X) adalah perilaku buruk konsumen, sedangkan variabel dependen (Y) adalah *store image*.

$$Y = a + bX$$

Keterangan : Y= *Store image*

X = Perilaku buruk konsumen

a = Konstan

b = Koefisien arah regresi linear

c. Uji Model Penelitian

1) Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas data digunakan untuk mengetahui pola distribusi dari suatu data hasil penelitian sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, regresi, uji t dan korelasi dapat dilaksanakan. Uji normalitas data dapat dilihat dari grafik normal *P-P Plot*, apabila titik (data) masih berada disekitar garis normal maka disebut data normal dan begitu juga sebaliknya.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual

²⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006),

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.

suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak heteroskedastisitas.²⁸

d. Uji Hipotesis Penelitian

1) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dan jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan.²⁹

2) Koefisien Korelasi (r)

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi.

Tabel I.2
Pedoman Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Erat
0,80 – 1,00	Sangat erat

Sumber : Sugiyono, 2012

Dalam pengolahan data ini penulis menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS versi 17.00.

²⁸ Duwi Priyatno, *op. cit.*, h. 160

²⁹ *Ibid.*, h. 136-137

G. Penelitian Terdahulu

Tabel I.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Daved Triwahyudi (2013)	Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Alfamart Kamal	Lokasi (X ₁), produk (X ₂), harga (X ₃), promosi (X ₄) fasilitas (X ₅)	Hasil penelitian menemukan bahwa lokasi, produk, harga, promosi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen
2.	Sri Hartini (2012)	<i>Self-Image Congruity: Role In The Formation Of Consumer Attitudes</i>	<i>Actual self-image</i> (X ₁), <i>ideal self-image</i> (X ₂), <i>social self-image</i> (X ₃), <i>ideal social self image</i> (X ₄)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>actual self-image</i> , <i>ideal self-image</i> , <i>social self-image</i> , <i>ideal social self image</i> berpengaruh secara signifikan terhadap <i>consumer attitudes</i> .
3.	Rizqi Nugraheni (2012)	Pengaruh Citra Toko Terhadap Loyalitas Konsumen	Pelayanan (X ₁), harga (X ₂), kualitas (X ₃), lingkungan fisik toko (X ₄)	Hasil peneitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan, harga, kualitas dan lingkungan fisik toko terhadap loyalitas konsumen
4.	Vitta Maretha (2011)	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Dan <i>Store Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Pondok Indah	Exterior (X ₁), interior (X ₂), store layout(X ₃) interior display (X ₄)	Hasil peneitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara exterior, interior, store layout dan interior display terhadap keputusan pembelian konsumen
5.	Endang Sulistya Rini, (2009)	Menciptakan Pengalaman Konsumen Dengan Experiential Marketing	<i>Sense</i> (X ₁), <i>feel</i> (X ₂), <i>think</i> , (X ₃) <i>act</i> (X ₄), <i>relate</i> (X ₅)	Hasil penelitian menemukan bahwa <i>sense</i> , <i>feel</i> , <i>think</i> , <i>act</i> , <i>relate</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>experiential marketing</i>

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.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

H. Model Kerangka Berpikir

Model dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa perilaku buruk konsumen akan berpengaruh terhadap *store image* pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.

Gambar I.1
Kerangka Penelitian



I. Variabel Dan Indikator

Tabel I.4
Variabel Dan Indikator

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Karakteristik Penilaian
1	Perilaku Buruk Konsumen (X)	Perilaku Buruk Konsumen yaitu perilaku negatif yang diperlihatkan konsumen dalam mencari atau membeli produk dan jasa	1. Konsumen tipe atletis 2. Konsumen tipe leptosom 3. Konsumen yang suka bicara 4. Konsumen pembantah 5. Konsumen yang angkuh	Likert
2	Store Image (Y)	Store image adalah kepribadian atau <i>image</i> toko menggambarkan apa yang dilihat, dirasakan dan sensasi atau rangsangan yang diterima konsumen.	1. <i>Sense Experience</i> 2. <i>Emotion Experience</i> 3. <i>Ponder Experience</i> 4. <i>Action Experience</i>	Likert

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.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

J. Sistematika Penulisan

Agar penulisan ini lebih sistematis dan terarah, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, hipotesis, metode penelitian, penelitian terdahulu, model kerangka berpikir, variabel dan indikator dan sistematika penulisan.

BAB II: GAMBARAN UMUM TOKO BUKU PUSTAKA TIMUR PEKANBARU

Berisikan tentang sejarah berdirinya toko, visi misi, struktur organisasi, tempat usaha, faktor pendukung toko, kerjasama, produk, sistem manajemen dan alamat toko.

BAB III: TINJAUAN TEORITIS

Menguraikan tentang pengertian perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, tipe- tipe konsumen, pengertian *store image*, faktor- faktor yang mempengaruhi dan tinjauan Ekonomi Islam terhadap perilaku buruk konsumen.

BAB IV: PENGARUH PERILAKU BURUK KONSUMEN TERHADAP *STORE IMAGE* PADA TOKO BUKU PUSTAKA TIMUR PEKANBARU

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.

Berisikan hasil observasi dan wawancara perilaku konsumen Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru, statistik deskriptif yang berupa hasil uji instrumen pengaruh perilaku buruk konsumen terhadap *store image* pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru dan tinjauan Ekonomi Islam terhadap perilaku buruk konsumen pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru.

BAB V:

PENUTUP

Menjelaskan kesimpulan mengenai perilaku konsumen di Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru, pengaruh perilaku buruk konsumen terhadap *store image* pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru dan tinjauan Ekonomi Islam terhadap perilaku buruk konsumen pada Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru serta saran yang dikemukakan penulis untuk Toko Buku Pustaka Timur Pekanbaru dan konsumen.