



PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BEKAS DI PASAR JONGKOK JALAN SULTAN SYARIF QASIM TEMBILAHAN MENURUT EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

OLEH

BUNGA DAHLIA

11525203884

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

1440 H/2019 M

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.



PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BEKAS DI PASAR JONGKOK JALAN SULTAN SYARIF QASIM TEMBILAHAN MENURUT EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI

Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



UIN SUSKA RIAU

Oleh

BUNGA DAHLIA

11525203884

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

1440 H/2019 M

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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



Hak Cipta 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.

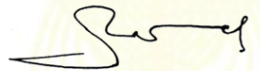
PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas Di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Qasim Tembilahan Menurut Ekonomi Syariah**, yang ditulid oleh:

Nama : Bunga Dahlia
 Nim : 11525203884
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang. Munaqasyah Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 29 Oktober 2019
 Pembimbing skripsi


Budi Azwar S.E.M.S.Ec
 NIP.19800104 200801 1 005

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.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul, **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BEKAS DI PASAR JONGKOK JALAN SULTAN SYARIF QASIM TEBILAHAN MENURUT EKONOMI SYARIAH”** yang ditulis oleh:

Nama : **Bunga Dahlia**
 NIM : 11525203884
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 13 November 2019
 Waktu : 13.30 WIB
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 November 2019

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Bambang Hermanto, M.Ag

Sekretaris
Dra. Hj. Yusliati, MA

Penguji I
Dra. Asmiwati, MA

Penguji II
Jonnius, SE, MM

Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.
 NIP. 19480712 198603 1 005

ABSTRAK

Bunga Dahlia (2015) : “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Qasim Tembilahan Menurut Ekonomi Syariah”

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengamatan kualitas produk dari sepatu bekas pasar jongkok yang sudah bagus dan berkualitas akan tetapi yang diperoleh dari pasar jongkok menunjukkan hasil yang fluktuatif pada volume penjualan dari bulan ke bulan adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah berpengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di pasar jongkok jalan sultan syarif qasim Tembilahan dan bagaimana tinjauan Ekonomi Islam pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di pasar jongkok jalan sultan syarif qasim tembilahan.

Penelitian ini dilakukan di pasar jongkok Tembilahan kabupaten Indragiri hilir. Popuasi dalam penelitian ini sebanyak 600 orang diambil sampel 15%, maka didapati sampel sebanyak 90 orang dengan menggunakan metode *quota sampling* yaitu penulis batasi jumlah sampel karena banyaknya sampel yang ada. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Penulis menganalisa data dengan menggunakan metode *deskriptif kuantitatif* yaitu melakukan uji statistik. Untuk menganalisa data, peneliti menggunakan uji instrument penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Berdasarkan penelitian dan pembahasan diperoleh hasil persamaan regresi $Y = 4,632 + 0,312X$ dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di pasar jongkok jalan sultan syarif qasim Tembilahan. Hasil uji t menunjukkan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dengan diketahui nilai t_{hitung} sebesar $(2,236) > t_{tabel} (1,98729)$ dan signifikansi $0,000 > 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini H_0 diterima, diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di pasar jongkok jalan sultan syarif qasim Tembilahan. Nilai koefisien determinasi model adalah 0,917. artinya adalah bahwa pengaruh variabel independen (kualitas Produk) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) adalah sebesar 91.7%, sedangkan sisanya sebesar 8.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Nilai R sebesar 0,958. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel independen (kualitas Produk) dengan variabel dependen (Kualitas Produk) memiliki *hubungan yang sangat kuat*.

Menurut tinjauan ekonomi Islam, kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di pasar jongkok Tembilahan sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam karena berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, dan spiritual bagi konsumen

Kata Kunci: Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji dan syukur tak hentinya penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita kepada alam yang penuh dengan Ilmu pengetahuan ini.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program strata satu Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Adapun judul skripsi penulis ialah **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Qasim Tembilahan Menurut Ekonomi Syariah.”**

Proses penulisan dan penelitian skripsi ini sangat banyak bantuan dari pihak-pihak yang luar biasa hebatnya, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga, semoga Allah membalasnya dengan lipat ganda atas semua kebaikan dan bantuan, baik itu bantuan yang berbentuk materi dan non materi. Diantaranya penulis ingin sampaikan ucapan terima kasih kepada:

Ayah dan Ibu serta keluarga besar yang memberikan dukungan materi dan non materi, Ayahanda Setta dan Ibunda Saleha, saudara laki-laki Heri Yanto dan kedua adik saya Susi Susanti dan Melda Wati yang selalu hidup di hati sanubari ini, banyak memberikan masukan mulai dari pengajuan judul hingga proses skripsi ini selesai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta 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.

Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, serta Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL sebagai Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag sebagai Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Magfirah, MA sebagai Wakil Dekan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak Bambang Hermanto, M. Ag, selaku ketua program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Bapak Syamsurizal, SE, M. Sc. Ak, selaku sekretaris program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan banyak saran-saran dan motivasi yang sangat luar biasa.

6. Bapak Budi Azwar S.E,M.S.Ec, selaku dosen pembimbing proposal sekaligus skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan yang luar biasa, meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu menyelesaikan skripsi penulis.

Bapak Mawardi,S.Ag., M.Si, selaku Penasehat Akademik penulis selama menjadi mahasiswi (2015-2019) program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak-bapak dan ibu-ibu seluruh dosen pengajar Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.



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.

Seluruh pegawai dan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1. Kelas EI B angkatan 2015 Abdul Gopur Rosadi, Dewi Wahyu Wardani, Armis Hernawita, Maria Ulfa, Deli Raflis, Elvia Juita Tintaubah, Ahlan Pawadi dan sahabat tercinta yang tidak bisa disebutkan satu persatu lebih kurang 3,5 tahun kita sama-sama mengikuti masa perkuliahan dan saling memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada semua pembaca. Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kelemahan penulis, baik dari segi materi maupun teknik penulisan. Semua itu didasarkan keterbatasan yang dimiliki penulis, oleh sebab itu mohon kritik dan saran yang membangun sehingga kedepan jauh lebih baik. *Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pekanbaru 16 Okt 2019

Penulis

Bunga Dahlia
NIM: 11525203884

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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	12
E. Hipotesis	13
F. Metode Penelitian	13
G. Model Penelitian.....	20
H. Penelitian Terdahulu.....	21
I. Sistematika Penulisan	23
BAB II GAMBARAN UMUM TOKO LUTNA PEKANBARU	
A. Sejarah pasar jongkok Tembilahan	25
B. Keadaan Geografis dan Demografis.....	27
C. Kebudayaan dan Adat Istiadat.....	29
D. Mata Pencaharian	31
E. Struktur Organisasi	31
BAB III LANDASAN TEORI	
A. Kualitas Produk	33
1. Pengertian Kualitas Produk.....	33
2. Tingkatan Produk.....	35
3. Klasifikasi Produk.....	36
4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	38
5. Indikator Kualitas Produk	40



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.

6. Kualitas Produk dalam Pandangan Islam	40
B. Keputusan Pembelian	44
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	44
2. Faktor –Faktor Utama Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	48
3. Pengetahuan Konsumen	50
4. Indikator Keputusan Pembelian	51
5. Keputusan Pembelian Menurut pandangan Islam.....	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Hasil Penelitian.....	55
B. Deskriptif Variabel	57
C. Analisis Data	64
1. Uji Instrumen Penelitian	64
2. Uji Asumsi Klasik	67
3. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	71
D. Tinjauan Ekonomi Syariah tentang Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian sepatu bekas di pasar jongkok Tembilahan	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	80
B. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Tingkat Pertumbuhan Penjualan Per Bulan Tahun 2018.....	10
Tabel I.2	Defenisi Operasional Variabel	15
Tabel I.3	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel II.1	Pasar-pasar sepatu bekas di tembilahan	26
Tabel II.2	Klarifikasi penduduk berdasarkan jenis kelamin di tembilahan	29
Tabel IV.1	Data Responden Menurut Jenis Kelamin	55
Tabel IV.2	Data Responden Menurut Usia.....	56
Tabel IV.3	Data Responden Menurut Pendidikan Terakhir	56
Tabel IV.4	Data Responden Menurut Pekerjaan	57
Tabel IV.5	Tanggapan Responden Terhadap Variable Kualitas Produk	58
Tabel IV.6	Tanggapan Responden Terhadap Variable Keputusan Pembelian	61
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas	65
Tabel IV.8	Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel IV.9	Hasil Uji Normalitas K-S-Z.....	67
Tabel IV.10	Hasil Uji Auto Korelasi	71
Tabel IV.11	Hasil Uji Regresi Sederhana.....	72
Tabel IV.12	Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	73
Tabel IV.13	Koefisien Determinasi	75
Tabel IV.14	Interval Nilai Koefisien Korelasi.....	75
Tabel IV.15	Perbedaan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian dalam Islam, yang Terjadi dan Pendapat Penulis.....	78

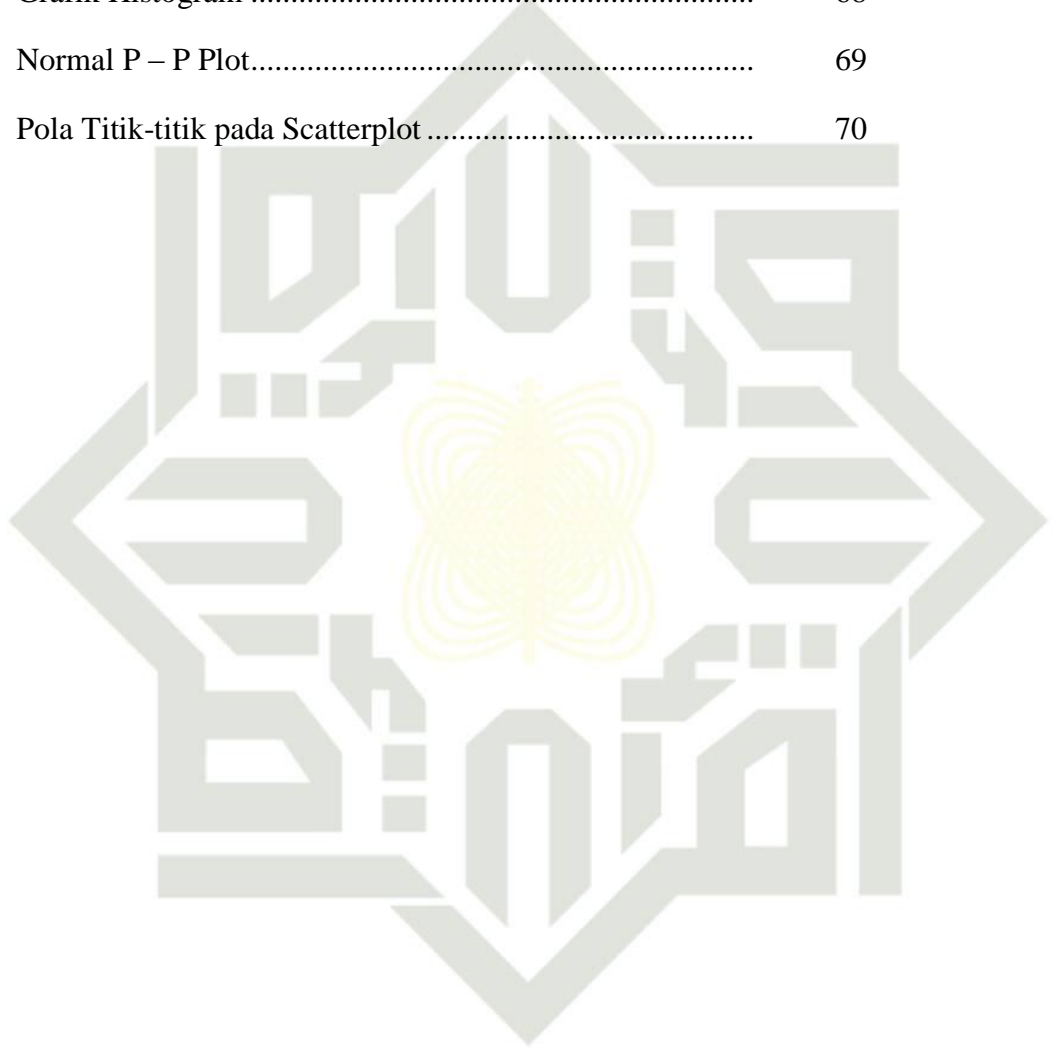
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	20
Gambar II.1	Struktur Organisasi Pasar Jongkok Tembilahan	32
Gambar IV.1	Grafik Histogram	68
Gambar IV.2	Normal P – P Plot.....	69
Gambar IV.3	Pola Titik-titik pada Scatterplot	70



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.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi perdagangan seluruh pelaku usaha diharapkan dengan adanya persaingan-persaingan usaha bervariasi dan kompetitif, baik usaha yang berlainan jenis maupun usaha sejenis. Untuk menghaapi persaingan yang semakin kompleks dan persaingan ekonomi global, maka kreasi menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis. Dunia bisnis memerlukan sumber daya kreatif dan inovatif, dan berjiwa kewirausahaan. Seiring terjadi orang yang tidak berpendidikan tinggi diharapkan lebih kreatif dan inovatif.¹

Setiap hari konsumen menentukan berbagai pilihan pembelian. Kebanyakan perusahaan besar menyelidiki keputusan pembelian konsumen begitu rincinya untuk menemukan apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak yang mereka beli, kapan mereka membeli, mengapa mereka sampai membeli. Orang-orang pemasaran dapat mempelajari pembelian aktual konsumen, tetapi menyelidiki sebab-musabab perilaku membeli mereka tidaklah mudah-jawabannya seringkali tersimpan dalam-dalam di kepala konsumen. Pembelian konsumen secara kuat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, dan psikologi. Pada umumnya, orang pemasaran tidak dapat mengendalikan faktor-faktor semacam itu, tetapi mereka harus memperhitungkannya.²

¹ Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, (Bandung: Alfabeta, Edisi Revisi, 2009), h. 72

² Kotler dan Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga. 2001) hlm.195

Adapun faktor-faktor utama penentu keputusan pembelian konsumen adalah sebagai berikut:

1. Faktor Psikologi

Faktor psikologi mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian.

2. Faktor Situasional

Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu berbelanja, penggunaan produk dan kondisi saat pembelian.

3. Faktor Sosial

Faktor ini mencakup undang-undang/peraturan, keluarga, kelompok, referensi, kelas sosial dan budaya.³

Menurut tujuan pembelian, konsumen dapat dikelompokkan menjadi konsumen akhir (individual), yang terdiri atas individu dan rumah tangga yang tujuan pembeliannya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau komunikasi. Sedangkan kelompok lain adalah konsumen organisasional yang terdiri atas organisasi, pemakai industri, pedagang dan lembaga non-profit yang tujuan pembeliannya adalah untuk memperoleh laba atau untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan anggotanya.

Keputusan pembelian barang/jasa seringkali melibatkan dua pihak atau lebih. Umumnya ada lima peranan yang terlibat. Kelima peran tersebut meliputi:

³ Grasela Sanopa, *Pengaruh kualitas dan Harga terhadap Keputusan pembelian sepeda motor*. Fak.syriah dan hukum.2015. No.2015416EI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Hak Cipta 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.

1. Pemrakarsa (*initiator*), yaitu orang yang pertama kali menyarangkan ide untuk membeli sesuatu barang/jasa
2. Pembawa pengaruh (*influencer*), yaitu orang yang memiliki pandangan atau nasihat yang mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Pengambilan keputusan (*decider*), yaitu orang yang menentukan keputusan pembelian.
4. Pembeli (*buyer*), yaitu orang yang melakukan pembelian secara nyata.
5. Pemakai (*user*), yaitu orang yang mengonsumsi dan menggunakan barang/jasa yang dibeli.

Dilihat dari proses pengambilan keputusan, proses keputusan pembelian sangat bervariasi. Ada yang sederhana dan ada pulak yang kompleks. Pengambilan keputusan sederhana umumnya terjadi pada produk-produk yang kurang beresiko dan sederhana penggunaannya.⁴

Dalam perilaku konsumen, pengambilan keputusan bisa meliputi berbagai jenis. Keputusan yang satu bisa mempengaruhi keputusan yang lainnya. Keputusan ini juga bisa mempengaruhi keputusan lainnya yang berhubungan dengan proses konsumsi produk tersebut pascapembelian.

Pada dasarnya setiap keputusan yang diambil konsumen adalah untuk mengatasi masalah yang dihadapi.⁵ Pengambilan keputusan konsumen meliputi semua proses yang dilalui konsumen dalam mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif, dan memilih di antara pilihan-pilihan

⁴ Tatik suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet*. (Yogyakarta, Graha Ilmu.2013) hlm.13

⁵ Damiati, dkk. *Prilaku Konsumen* (Depok: Rajawali Pers. 2017) hlm.174

pembelian mereka.⁶ Dalam hal ini terkait dengan pembelian suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya. Misalnya, konsumen akan memutuskan untuk membeli sebuah payung untuk mengatasi masalah di musim hujan, atau memutuskan untuk membeli jasa pendidikan untuk mengatasi masalah karena pendidikan sangat diperlukan sebagai prasyarat utama memperoleh pekerjaan, dan sebagainya.⁷

Pengambilan keputusan sebagai proses penting yang mempengaruhi perilaku konsumen sangat penting untuk dipahami pemasar. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007:16) pengambilan keputusan dapat dipandang sebagai suatu sistem yang terdiri dari input, proses dan output.⁸

Aturan keputusan konsumen merupakan prosedur yang digunakan oleh konsumen untuk memudahkan melakukan pilihan merel atau hal-hal lain yang berhubungan dengan konsumsi, aturan-aturan itu bisa mengurangi kompleksitas pengambilan keputusan. Secara luas aturan keputusan konsumen dapat diklarifikasi menjadi dua kategori utama yaitu: (1) Aturan keputusan kompensasi; dan (2) Aturan keputusan non kompensasi.⁹

Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Selama dan setelah proses konsumsi, konsumen melakukan evaluasi terhadap kinerja sebuah produk secara keseluruhan berdasarkan

⁶ John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2002) hlm.2

⁷ Damiati, dkk. *Op.Cit.* hlm.174

⁸ Tatik Suryani, *Prilaku Konsumen Implikasi pada Stategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008) hlm.15

⁹ Damiati, *Op.Cit.* hlm.180

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.

pengalamannya. Penilaian terhadap pekerja produk memiliki hubungan yang sangat dekat dengan penilaian terhadap kualitas produk tersebut. Konsumen membandingkan persepsi terhadap kualitas produk dengan harapannya terhadap kinerja produk itu sebelum pembelian dilakukan. Apakah konsumen memiliki perasaan positif, negatif atau netral terhadap suatu produk tergantung pada seberapa besar kinerja aktual produk itu mampu memenuhi kinerja yang diharapkan. Respons emosional ini merupakan masukan bagi kepuasan atau ketidakpuasan secara keseluruhan.¹⁰

Kualitas produk mempunyai dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi. Dalam pengembangan suatu produk, pemasar awalnya harus memilih tingkat kualitas yang akan mendukung posisi produk di pasar sasaran. Di sini, kualitas produk berarti kualitas kinerja kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Selain tingkat kualitas, kualitas yang tinggi dapat pula berarti tingkat dari konsistensi kualitas yang tinggi. Di sini, kualitas produk berarti kualitas kesesuaian (*conformance quality*) bebas dari kerusakan, serta konsisten dalam memberikan tingkat kinerja yang ditargetkan.¹¹

Perilaku manusia digerakkan oleh kebutuhan dasar, manusia sebagai makhluk sosial perilakunya dipengaruhi oleh lingkungan. Lingkungan sosial selain berfungsi sebagai alat pemenuhan kebutuhan juga berfungsi sebagai kontrol terhadap perilaku individu. Oleh sebab itu, manusia terlibat dalam

¹⁰ *Ibid.* hlm. 183

¹¹ Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta : Erlangga 2001),

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.

mengonsumsi produk dan jasa yang diproduksi dari lingkungannya, maka individu yang bersangkutan memiliki perilaku konsumen.¹²

Kebutuhan, keinginan dan permintaan manusia memerlukan adanya produk untuk memuaskannya. Menurut Philip Kotler produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi hingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.¹³ Konsep produk tidak terbatas pada objek fisik, segala sesuatu yang dapat memuaskan kebutuhan dapat disebut sebagai produk.¹⁴

Penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian nilai kepadakonsumen dan mempengaruhi kualitas produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi *supply* atau *marketing channels*. Akan tetapi, yang paling penting adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan. penentuan harga dapat didekati dengan menseleksi harga akhir dengan menambahkan faktor-faktor diantaranya *psychological pricing* di manakonsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas dan kebijaksanaan harga perusahaan (*company pricing policies*) dengan tujuan memberikan kuota harga kepada tenaga penjualan untuk diberikan kepada konsumen dan untuk *profitabilitas* perusahaan. Kotler (2009:439).

¹²Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*. (Jakarta: Rajawali Pers 2016) ,h.2

¹³Philip Kotler, *Marketing*. (Jakarta: Erlangga.1999) hlm .4

¹⁴ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga.2001) hlm.11

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.

Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu dalam permintaan pasar. Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama. Dalam teori ekonomi disebutkan bahwa harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif, maka tinggi rendahnya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasar. (Tjiptono, 2008).¹⁵

Pasar (*market*) adalah seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk. Para pembeli ini memiliki kebutuhan atau keinginan yang sama yang dapat dipuaskan lewat pertukaran dan hubungan. Ukuran pasar tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, memiliki sumber daya untuk terlibat dalam pertukaran, dan mau menawarkan sumber-sumber daya ini dalam pertukaran yang mereka inginkan.¹⁶

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan, selama dengan pemenuhan tersebut maka martabat manusia bisa meningkat. Namun, manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan atau keinginan dibolehkan selama hal ini mampu menambah *masalahah* atau tidak mendatangkan *kemudaratan*.¹⁷

¹⁵Eni Fitriani, *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah* pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis universitas halo eleo (04 esember 2018)

¹⁶ Kotler dan armstrong. *Op.Cit.* hlm. 15

¹⁷ Grasella Sanopa. *Op.Cit.* hlm.4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta 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.

Sebagaimana Firman Allah SWT :

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
 الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman. Janganlah kamu haramkan apa-apa yang telah Allah halalkan bagi kamu yang melampaui batas. sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”(QS. Al-Maidah : 87)¹⁸

﴿ يَا بَنِي ءَادَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾ ﴿٣١﴾

Artinya: “wahai anak cucu adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-Aa’raf : 31)¹⁹

Menurut Ibnu Katsir, firman Allah ta’ala “ dapat ditafsirkan : sebagaimana mereka tidak boleh mengharamkan yang halal, maka mereka pun tidak boleh melampaui batas dalam menggunakan perkara halal dan berlebih-lebihan. Makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang telah direzekikan dari Allah padamu, dan bertakwalah kepada Allah dari segala urusan, taat kepadanya, carilah keridhoannya dan janganlah menyalahi dan mendurhakainya yang kamu beriman kepadanya.

¹⁸ Departemen Agama, Al-Quran dan Terjemah, (Bandung: MQS publishing,2010) hlm.

¹⁹ *Ibid.* Hlm.154

Menurut ekonomi islam, setiap pelaku ekonomi islam selalu menaruh perhatian pada *maslahah* sebagai tahapan dalam mencapai tujuan ekonominya, yaitu *falah*.konsumen muslim menggunakan kandungan berkah dalam setiap barang sebagai indicator apakah barang yang dikonsumsi tersebut bisa menghadirkan berkah atau tidak. Sebagai akibatnya, konsumen Muslim tidak hanya mempertimbangkan manfaat dari barang yang akan dikonsumsi, tetapi juga kandungan berkah yang ada dalam barang yang bersangkutan.²⁰

Bisnis sepatu bekas di Tembilahan begitu sulit untuk dihentikan. Hal itu disebabkan karena sepatu bekas di Tembilahan telah berkembang menjadi satu sektor perrekonomian yang menjadi tulang punggung bagi masyarakat dengan tingkat ekonomi lemah. Sangat banyak orang yang telah menggantungkan hidup dari hasil penjualan sepatu bekas impor tersebut. Disana ada agennya, ada kuli yang mengangkut sepatu bekas impor ke kapal, ada kuli yang melakukan bongkar muat di pelabuhan, ada pengusaha mobil yang mengangkut barang, ada tukang becak yang mengantar sepatu bekas ke kios, dan lain sebagainya. Begitu banyak orang terlibat disana, sehingga kalau larangan tentang sepatu bekas impor tersebut tetap dilanjutkan tanpa memberi jalan keluar, akan banyak orang yang akan kehilangan mata pencahariannya.

Pasar Jongkok atau lebih dikenal akrab di sebut PJ Tembilahan, istilah PJ sebagai pasar jongkok mulai populer sekitar tahun 2000-an. Pasar jongkok mulai buka sekitar jam 16:00-23:00 WIB. Untuk menjajankan dagangannya kepada pembeli yang mencari berbagai macam barang bekas, mulai dari ju,

²⁰ Grasella sanopa, *Op.Cit.* hlm.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.



celana, sepatu, topi, serta berbagai barang sandang lainnya. Meskipun barang bekas yang tersedia di pasar PJ tetap ramai dan menjadi alternatif masyarakat untuk berburu barang unik dan berkualitas.

PJ yang terdapat di Tembilahan terkenal dengan barang *second* yang berkualitas bagus. PJ yang terdapat di Tembilahan maupun masyarakat, baik itu masyarakat Tembilahan maupun masyarakat luar Tembilahan. Beberapa hal yang membuat sepatu bekas begitu diminati oleh masyarakat, yakni:

1. Kualitas. Rata-rata sepatu bekas impor dalam kondisi yang sangat bagus.
2. Model sepatu bekas masih merupakan model terbaru.
3. Harga sepatu bekas impor sangat mering.
4. Kebutuhan sepatu berkualitas dengan harga miring.

Tabel I.1
Tingkat Pertumbuhan Penjualan Per Bulan Tahun 2019

No	Bulan	Rata-rata pendapatan Per Bulan lima Toko	Persentase pertumbuhan
1	Janiari	Rp.19.040.000	-
2	Februari	Rp.19.570.000	2.70%
3	Maret	Rp.16.450.000	15%
4	April	Rp.16.870.000	2.55%
5	Mei	Rp.14.984.000	11.17%
6	Juni	Rp.16.770.000	10.65%

Sumber : PasarJongkok Kota Tembilahan (Sabtu,15 September 2019)

Dari tabel diatas dapat dilihat tingkat pertumbuhan penjualan sepatu bekas di Pasar Jongkok Kota Tembilahan memiliki tingkat pertumbuhan yang berbeda setiap bulannya. Pada bulan Juli penjualan berjumlah sebesar Rp.19.040.000, pada bulan Agustus penjualan sepatu bekas (PJ) berjumlah sebesar Rp.19.570.000. pada bulan September penjualan sepatu bekas (PJ) menurun berjumlah sebesar Rp.16.450.000. pada bulan Oktober penjualan

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.

pakaian bekas (PJ) meningkat berjumlah sebesar Rp.16.870.000, pada bulan November penjualan kembali menurun berjumlah sebesar Rp.14.984.000, dan pada bulan Desember penjualan sepatu bekas berjumlah sebesar Rp.16.770.000.

Menurut Alex, barang-barang bekas atau yang akrab disebut dengan barang PJ yang ada saat ini memang tidak beragam seperti dulu, hingga pilihan tidak begitu banyak. “kalau dulu banyak ragamnya, tidak hanya baju, celana dan sepatu saja, ada barang antic, mainan anak dan banyak macamnya lagi. Pakaian dan sepatu yang masuk dulu juga lebih banyak yang bermerek dari pada sekarang dan salah satu faktor yang menyebabkan penurunan penjualan ialah menurunnya pendapatan masyarakat sekitar. ujar Alex.²¹

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Qasim Tembilahan menurut Ekonomi Syariah.

Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka peneliti ini hanya berkisar tentang : *“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Qasim Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Menurut Ekonomi Syariah”*

²¹ Alex Saputra (Ketua Asosiasi Pedagang Kaki Lima) Wawancara Tembilahan 15 Januari 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta 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.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Qasim Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Qasim Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Qasim Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir
- b. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Qasim Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir

2. Manfaat Penelitian

- a. Sebagai syarat penelitian atau skripsi pada fakultas syariah dan hukum UIN SUSKA
- b. Untuk menambah wawasan penulis dengan pengaplikasian teori-teori dan diperoleh selama kuliah
- c. Sebagai bahan referensi bagi peneliti yang akan datang
- d. Sebagai informasi bagi pedagang dalam menentukan kebijakan dalam pemasaran dan penjualan dimasa yang akan datang.

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.

Hipotesis

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

H_0 : Diduga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas.

H_1 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas.

F. Metode Penelitian**1. Lokasi**

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Reaserch*) penelitian ini dilakukan di pasar Jongkok yaitu beralamatkan di Jl. Sultan Syarif Qasim, Tembilahan, Riau.

2. Subjek dan Objek Penelitian**a. Subjek Penelitian**

Sebagai subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan.

b. Objek penelitian

Sebagai objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh

peneliti untuk dipelajari dan diselidiki dan kemudian ditarik kesimpulannya.²²

Dari hasil wawancara pedagang sepatu bekas di pasar jongkok Tembilahan diketahui bahwa data pengunjung yang ada di pasar jongkok tembilahan terdapat 5 orang perminggu dan 20 orang perbulan, rata-rata²³pebulan berjumlah 300 orang dari 15 pedagang sepatu bekas di pasar jongkok Tembilahan.²⁴ Peneliti melakukan penelitian selama dua bulan, jadi populasi dalam penelitian ini sebesar 600 orang dan sampel diambil sebesar 15% atau setara dengan 90 orang. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *Teknik Quota Sampling* yaitu penulis batasi jumlah sampel karena banyaknya sampel yang ada.

4. Sumber dan Jenis Data

Sumber data adalah subyek darimana data dapat diperoleh, adapun sumber data dalam penelitian ini adalah konsumen pakaian Bekas di Pasar Jongkok Tembilahan

a. Jenis Data

- 1) Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah secara langsung oleh peneliti, baik organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti.

²² Suyono Arikunto, *Cara Dasyat Membuat Skripsi*, (Jombang : Jaya Star Nine, 2013),h.39

²³ Husaini Usman dan Purnomo Setyady Akbar, *pengantar statistika*, (Yogyakarta: bumi aksara, 2011), hlm. 186

²⁴ Ernida Hasnah Wawancara (Pedagang Sepatu Bekas) *Wawancara* Tembilahan 17 Juli 2019

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.

- 2) Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah di kumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data semacam ini sudah dikumpulkan oleh pihak lain dengan tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang di lakukan peneliti saat ini secara spesifik.²⁵

5. Definisi Variabel

Defenisi variabel adalah suatu defenisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan untuk mengukur variabel tertentu.²⁶ Menjawab permasalahan-permasalahan pada penelitian ini perlu penulis sajikan operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel I.2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Indikator
1	Kualitas produk Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (<i>fitness for use</i>) untuk memenuhi kebutuhan dan kecocokan penggunaan suatu produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan lama, produk yang digunakan akan meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, produk yang tidak mudah rusak, adanya jaminan kualitas (<i>Quality assurance</i>) dan sesuai etika bila digunakan	a. Kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen. b. Kualitas bahan baku. c. Variasi produk. ²⁷

²⁵ Dr. Juliansyah Noor, S.E., M.M. *Metode Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertas, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group), 2011. Hal.79

²⁶ Suryani Hedryadi. *Metode riset kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group) 2015 hlm.189

²⁷Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta : Andi Offset, 2008) h. 96-97

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.

2	pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran.	<ol style="list-style-type: none"> a. Pengenalan kebutuhan b. Pencarian Informasi c. Evaluasi alternative d. keputusan pembelian e. paska keputusan pembelian²⁸
----------	---	---

Mendapatkan data yang berkaitan dengan minat nasabah dan produk digunakan instrumen kusioner dengan pengukuran dengan menggunakan skala likret yang mempunyai lima tingkatan yang merupakan skala jenis ordinal, dengan menggunakan dua instrument minat nasabah dan produk perbankan yang kemudian dikembangkan menjadi beberapa pertanyaan atau parameter yang akan diukur²⁹.

- Sangat Setuju (SS) = Skor 5
- Setuju (S) = Skor 4
- Netral (N) = Skor 3
- Tidak Setuju (TS) = Skor 2
- Sangat Tidak Setuju (STJ) = Skor 1

6. Teknik Pengumpulan Data

Memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan skripsi ini, maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Observasi yaitu, merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi. Teknik ini digunakan bila penelitian ditujukan untuk mempelajari perilaku

²⁸ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta : ANDI, 2013),h.332-334

²⁹ *Ibid*, hal.97

manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan dilakukan pada responden yang tidak terlalu besar.

- b. Wawancara yaitu, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber data.
- c. Kuesioner yaitu, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.
- d. Studi pustaka yaitu kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian.

7. Metode Analisis Data

Sebelum melakukan analisis data, maka perlu dilakukan tahap-tahap teknis pengolahan data sebagai berikut:

a. Editing

Editing merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperoleh terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemerosesan data dengan teknik statistic.

b. Coding

Coding merupakan kegiatan pemberian tanda berupa angka pada jawaban dari kuesioner untuk kemudian dikelompokkan ke dalam kategori yang sama. Tujuannya adalah menyederhanakan jawaban.

c. Scoring

Scoring yaitu mengubah data yang bersifat kualitatif kedalam bentuk kuantitatif. Dalam skor ono digunakan skala likert dengan lma kategori penilain yaitu :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta 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.

- 1) Skor 5 diberikan untuk jawaban sangat setuju
- 2) Skor 4 diberikan untuk jawaban setuju
- 3) Skor 3 diberikan untuk jawaban netral
- 4) Skor 2 diberikan untuk jawaban tidak setuju
- 5) Skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju

d. Tabulating

Tabulating yaitu menyajikan data-data yang diperoleh dalam table, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses tabulating selesai dilakukan, kemudian diolah dengan program computer IBM SPSS 21.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuisisioner yang disusun mampu menggambarkan yang seberapa dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien $r \geq$ tabel³⁰. Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi product moment*:

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi

³⁰ Ibid, hlm 276

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.

x = deviasi rata-rata variabel X

y = deviasi rata-rata variabel Y

2) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.

b. Uji Hipotesis Penelitian

1) Analisa Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya. Dimana variabel independen (X) adalah kualitas Produk, sedangkan dependen (Y) adalah keputusan pembelian

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = kedisiplinan kerja

a = konstan

b = koefisien arah regresi linear

X = sanksi

2) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,5$ atau 5% jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap

variabel dependen jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Koefisien Korelasi Sederhana (r)

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

Dalam pengolahan data ini penulis menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS 21.

G. Model Penelitian

Model dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa kualitas produk di suatu toko akan berdampak pada keputusan pembelian. Dengan kata lain jika kualitas produk yang ditawarkan terjamin bagus dengan harga yang juga sesuai maka akan dapat berpengaruh pada keputusan Pembelian dan akan berdampak baik pada toko. Sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai maka juga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



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 Terdahulu

Tabel I.3
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	Hilza Risa (2015) Skripsi UIN Suska Riau	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Batu Bata Di Kenagarian Aripan Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat Menurut Ekonomi Islam	Teknik pengumpulan data melalui studi observasi, wawancara, angket, dan studi pustaka. Menganalisa data dengan menggunakan metode kuantitatif, yaitu pengujian hipotesis penelitian dengan analisis regresi, uji t, koefisien korelasi, koefisien determinasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara variabel Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian batu bata pada konsumen, hasil persamaan regresi $Y=10,572+0,675(X)$, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian batu bata di Kenagarian Aripan, Hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasinya nilai t hitung $>t$ tabel $(4,353 > 2,0017)$ dan signifikan $<0,05$ ($0,00 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2.	Wahyuni (2015) Skripsi UIN Suska Riau	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Motor Matic Suzuki Di	Teknik pengumpulan data melalui studi observasi, wawancara, angket, dan studi pustaka. Selanjutnya penulis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kualitas Produk terhadap keputusan pembelian motor matic suzuki pada

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.

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
		Kecamatan Tapung Menurut Perspektif Ekonomi Islam	menganalisa data dengan menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan mengajukan kuisisioner kepada konsumen yang melakukan pembelian pada Motor matic Suzuki.	konsumen, hal ini dapat dilihat dari korelasi sebesar 0,675. Dari hasil uji validitas dan realibilitas, diketahui datanya valid dan instrumennya reliable. Dari hasil analisis korelasi sederhana diketahui bahwa 45,5% keputusan pembelian dipengaruhi oleh Kualitas Produk.
3.	Jacky R. Manoppo (2014) Universitas Samratulangi Manado	Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Parfum <i>Excite Oriflame</i>	Penelitiann ini menggunakan metode asosiatif dan alat analisis menggunakan regresi linear berganda. Instrument kuesioner digunakan sebagai pengumpul data. Citra merek, kualitas produk dan promosi organisasi secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap	Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk, Citra Merk dan promosi yang telah dilakukan perusahaan Oriflame sudah baik dan memberikan pengaruh yang kuat terhadap peningkatan keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta 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.

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
			keputusan pembelian Parfum Excite Oriflame	
4.	Dewi Wahyu Wardani (2019) Skripsi UIN Suska Riau	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Pakaian di Toko Serba 35.000 Putra Jaya Garuda Sakti Kilometer 1 Kelurahan Simpang Baru Panam Menurut Ekonomi Syariah	Teknik pengumpulan data melalui studi observasi, wawancara, angket, dan studi pustaka. Selanjutnya penulis menganalisa data dengan menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan mengajukan kuisisioner kepada konsumen yang melakukan pembelian pakaian took serba 35.000 Putra jaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil persamaan regresi $Y=0,289+0,309X_1+0,148X_2$. Dengan menggunakan uji parsial diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian yaitu dengan nilai $t_{hitung} (5,493) > t_{tabel} (2,00758)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,023 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai : Latar Belakang Masalag, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan

Penelitian, Hipotesa, Metode Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II : GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tentang :sejarah pakaian bekas di pasar jongkok, Struktur Organisasi Pasar Jongkok di Tembilahan, dan Produk dan aktivitas yang ditawarkan oleh Toko Pakaian Bekas di Pasar Jongkok Tembilahan

BAB III : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang landasan teori yang berhubungan dengan pembahasan konsep kualitas produk terhadap keputusan pembelian

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini menceritakan tentang hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian tentang apakah berpengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di pasar jongkok jalan sultan syarif qasim Tembilahan dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di pasar jongkok jalan sultan syarif qasim Tembilahan

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari serangkain pembahasan, keterbatasan penelitian atau kendala-kendala dalam penelitian serta sarana-sarana perlu disampaikan baik bagi perusahaan maupun bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta 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 II**GAMBARAN UMUM LOKASI DAN PENELITIAN****A Sejarah Pasar Jongkok**

Tembilahan merupakan ibu kota dari kabupaten Indragiri Hilir di bagian timur Provinsi Riau atau pada bagian timur pesisir Sumatera yang di keping oleh air. Untuk menempuh perjalanan ke Negara seperti Singapura hanya dibutuhkan 6 jam perjalanan dengan menggunakan speed boat. Dengan geografis seperti ini. Sangat memudahkan bagi warga tembilahan untuk melakukan kontak dagang dengan warga Negara singapura. Hal ini salah satu factor yang menjadi penyebab barang impor bekas membanjiri Tembilaahan

Jika melihat sejarahnya, masyarakat Tembilaan telah mengeluti usaha berjualan sepatu bekas sejak tahun 1980-an. Siapa saja yang pernah berkunjung ke Tembilaan, tentu tidak asing mendengar kata PJ. Secara etimologi tidak diketahui kapan kata PJ ini mulai digunakan oleh masyarakat Tembilaan sebagai kata lain untuk menyebut pasar sepatu bekas. Masyarakat Indragiri Hilir pada umumnya dan masyarakat Tembilaan pada Khususnya sangat mengenal PJ diketahui merupakan akronim atau singkatan dari kata “pajak”³¹

Pada perkembangan berikutnya ada yang mengarjikan PJ sebagai “Pasar Jongkok” . Istilah PJ sebagai pasar jongkok mulai populer sekitar tahun 2000-an, para pedagang mulai menggelar dagangan pada malam hari di

³¹ Sumber data dari Alex Saputra Ketua Umum Asosiasi Pedagang Kaki Lima Pasar Jongkok, 07 Agustus 2019 Tembilaan Kota Kecamatan Tembilaan

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.

sepanjang trotoar dan alun-alun Tembilah. Para pengunjung yang ingin membeli biasanya harus berjongkok untuk melihat-lihat barang dagangan dan berinteraksi dengan para pedagang. Dari sinilah mungkin muncul arti lain PJ sebagai pasar jongkok. Istilah PJ juga sudah lama dipergunakan oleh masyarakat kota medan. Sematera Utara. Bedanya kalau di kota Medan, PJ berarti pajak, sebutan lain untuk pasar pada umumnya, sedangkan di Tembilihan PJ berarti yang khususnya menjual aneka barang bekas.³²

Tempat perdagangan PJ di Tembilihan beberapa kali mengalami perpindahan lokasi. Awalnya PJ berlokasi di bantaran sungai Indragiri berdekatan dengan dermaga transportasi sungai yang oleh masyarakat Tembilihan disebut “tepi laut”. Kemudian sekarang berkembang menjadi ke beberapa tempat, yakni:

Table II.1
Pasar-Pasar Sepatu Bekas di Tembilihan

No	Nama Pasar	Alamat
1	Pasar Dayang Sari	Jalan Sudirman
2	Pasar Umbut Kelapa (pasar kayu jati)	Jalan Kayu Jati
3	Pasar pagi s	Jalan Baharudin Yusuf
4	Pasar jongkok (PJ)	Jalan Guru Hasan, Jalan Khalidi

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Indragiri Hilir, 2019

Jongkok mulai buka sekitar jam 16:00-23:00 WIB. Untuk menjajakan dagangannya kepada pembeli yang mencari berbagai macam barang bekas, mulai dari ju, celana, sepatu, topi, serta berbagai barang sandang lainnya.

³² Sumber data dari Alex Saputra (Ketua Umum Asosiasi Pedagang Kaki Lima) Pasar Jongkok, 07 Agustus 2019 Tembilihan Kota Kecamatan Tembilihan

Meskipun barang bekas yang tersedia di pasar PJ tetap ramai dan menjadi alternatif masyarakat untuk berburu barang unik dan berkualitas.

Keadaan Geografis dan Demografis

1. Keadaan Geografis

a. Letak Wilayah

Kecamatan Tembilahan adalah salah satu dari 20 kecamatan yang ada dalam kabupaten Indragiri Hilir dengan luas 197,37 km² atau 19,737 Ha. Kecamatan Tembilahan merupakan pusat dan jantung kota kabupaten Indragiri Hilir.

b. Batas-batas Wilayah

Kecamatan Tembilahan terletak berbatas dengan :

- 1) Sebelah utara dengan kecamatan Batang Tuaka
- 2) Sebelah Selatan dengan Kecamatan Enok
- 3) Sebelah Barat dengan Kecamatan Tembilahan Hulu
- 4) Sebelah timur dengan Kecamatan Batang Tuaka

Tinggi pusat pemerintahan wilayah kecamatan Tembilahan dari permukaan laut adalah 1 s/d 4 meter. Ditepi-tepi sungai dan muara parit-parit banyak terdapat tumbuh-tumbuhan seperti pohon nipah. Keadaan tanahnya sebagian besar terdiri dari tanah gambut dan endapan sungai serta rawa-rawa.

Keadaan tanahnya yang sebagian besar terdiri dari tanah gambut maka daerah ini digolongkan sebagai daerah beriklim tropis basah dengan

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.

udarah agak kembang. Curah hujan tertinggi terjadi pada pada bulan maret 2012 yaitu 271,1 mm dan terendah pada bulan januari 2012 yaitu 0 mm.

Luas wilayah desa/kelurahan kecamatan tembilahan tahun 2012 di kelurahan kota tembilahan luasnya 3.34 Km²

2. Keadaan Demografi

Penduduk Kecamatan Tembilahan pada tahun 2012 berjumlah 72.446 jiwa. Rata-rata jiwa per rumah tangga adalah 4 jiwa. Kelurahan yang paling banyak penduduknya adalah Tembilahan Kota yaitu 25.191 jiwa dan yang paling sedikit jumlah penduduknya adalah kelurahan Sungai Perak yaitu 3.501 jiwa.

Sex ratio Kecamatan Tembilahan adalah 101 (di atas 100) menunjukkan bahwa penduduk laki-laki lebih banyak dari pada penduduk perempuan. Penduduk laki-laki berjumlah 36.565 jiwa dan penduduk perempuan berjumlah 35.881 jiwa.

Kepadatan Penduduk di Kecamatan Tembilahan adalah 367 jiwa per Km². Kelurahan yang paling padat penduduknya adalah Kelurahan Tembilahan Kotadengan tingkat kepadatan 7542 jiwa per Km². Sedangkan Kelurahan yang paling jarang penduduknya adalah Kelurahan Sungai Perak dengan tingkat kepadatan 59 jiwa per Km².

Kecamatan Tembilahan terdiri dari 8 Kelurahan, yaitu:

- a. Kelurahan Tembilahan Hilir
- b. Kelurahan Tembilahan Kota
- c. Kelurahan Seberang Tembilahan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta 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. .Kelurahan Pekan Arba
- e. Kelurahan Sungai Perak
- f. .Kelurahan Sungai Beringin
- g. Kelurahan Seberang Tembilahan Barat
- h. Kelurahan Seberang Tembilahan Selatan.

Jarak antar desa/ kelurahan ke Ibukota Kecamatan kabupaten tahun 2012 antara Tembilahan Kota 1.00 jarak(Km²).³³

Tabel. II.2
Klasifikasi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin di Tembilahan

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	36,565	50,472%
2	Perempuan	35,881	49,528%
	Jumlah	72.446	100%

Sumber: Kantor Bupati Tembilaha

C. Kebudayaan dan Adat Istiadat

1. Suku Bugis

Menyebar seluru Desa/Kecamatan Tembilahan kota dan mempunyai karakteristik emosional dan rasa dendam yang tinggi, suku ini berasal dari Sulawesi Selatan sangat memiliki kerabatan yang kuat dan dilandasi agama islam yang kuat, mata pencaharian utamanya dibidang pertanian yakni kebun kelapa dan pelaut. Kebiasaan yang sangat sulit untuk ditinggalkan warga bugis adalah membawa senjata tajam berupa badik yang sudah menjadi tradisi turun temurun, merupakan ancaman stabilitas keamanan.

³³ Sumber data dari Kantor Kelurahan Tembilahan, Tanggal 9 Agustus 2019 Tembilahan

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.

2. Suku Melayu

Suku ini hanya terdapat di beberapa daerah Desa seperti Desa Pulau Palas, Desa Pekan Kamis dan Kelurahan Tembilahan Hulu serta desa Sialang, pada umumnya berasal dari kecamatan Reteh dan Indragiri Hulu dengan mata pencaharian bervariasi seperti PNS, bertani, buruh, dagang dan lain-lain.

3. Suku Banjar

Suku Banjar ini merupakan suku paling besar di kecamatan Tembilahan Kota kebanyakan terdapat Desa Pulau palas dengan mata pencaharian suku ini kebanyakan wiraswasta dan berdagang

4. Suku Jawa

Suku Jawa disini hidup berkelompok seperti di Desa Pulau Palas, Desa Sialang Panjang, Desa Pekan Kamis dan kelurahan dan Desa Sei.Intan, suku ini mempunyai mata pencaharian juga bervariasi seperti karyawan perusahaan, dagang, buruh dan bertani.

5. Suku minang dan Keturunan Cina

Suku suku ini mayoritas tinggal di kelurahan tembilahan kota, dikarenakan merupakan ibukota Kecamatan yang memiliki pasar untuk melakukan aktifitas ekonomi

6. Suku-suku lain

Suku-suku ini seperti Batak, Sunda, Madura, juga ada namun suku ini masih sangat sedikit. Dengan mata pencaharian juga bervariasi ada yang PNS, Wiraswasta, Tani dan Karyawan Perusahaan.³⁴

³⁴ Zuriyah Latif, Tokoh Masyarakat, Wawancara, 27 Juli 2019



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. Mata Pencaharian

Pada umumnya masyarakat Tembilahan mempunyai mata pencaharian sebagai Petani, Nelayan, presentase penduduk menurut sector lapangan pekerjaan sebagai berikut:

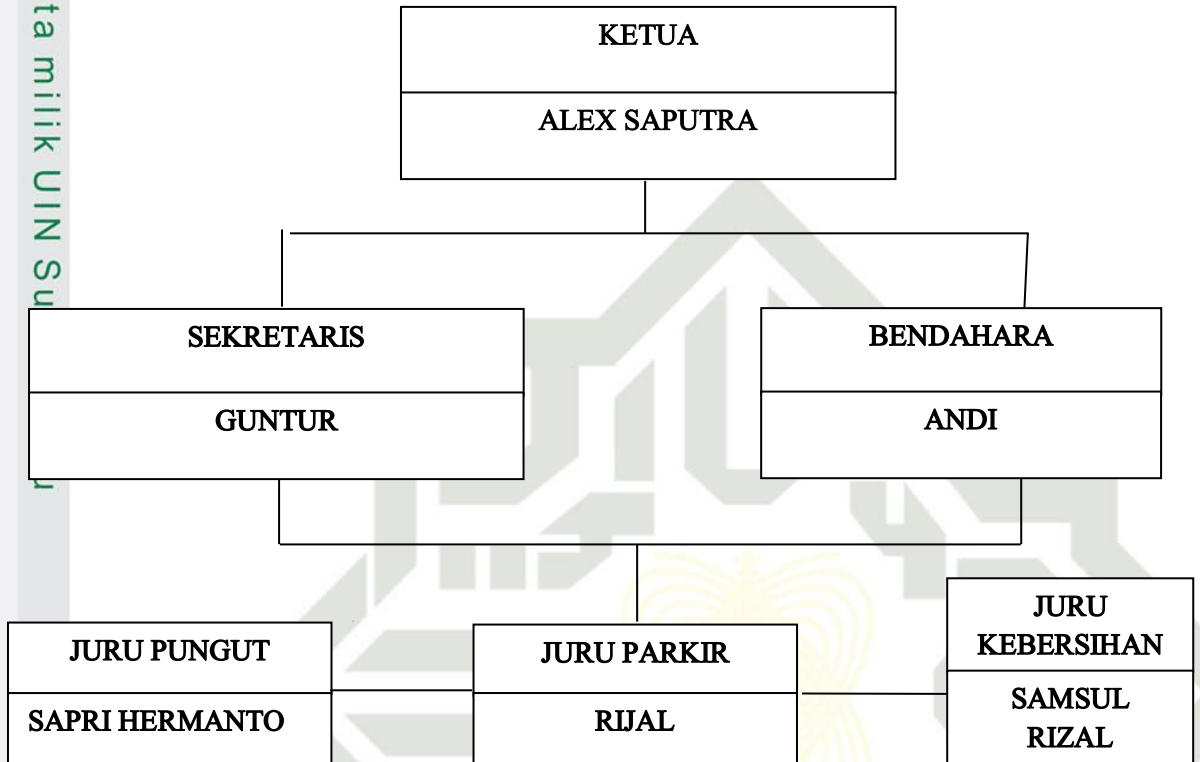
1. Sector Pertanian	:	84,07%
2. Sector Perdagangan	:	11,09%
3. Sector Industri	:	0.8%
4. Sector Jasa	:	0,56%
5. Lain-lain	:	4%

E. Struktus Organisasi³⁵

Sebagai pengelola pasar Ketua APKL (asosiasi pedagang kaki lima) mempunyai tugas mengawasi dan mengkoordinir pelaksanaan retribusi pasar dalam wilayah wewenangnya, selanjutnya menyampaikan laporan periodik tentang pemasukan keuangan dan bertanggungjawab atas ketertiban, keamanan dan keindahan pasar sesuai dengan fungsinya,

³⁵ Sumber data dari Alex Saputra Ketua Umum Asosiasi Pedagang Kaki Lima Pasar Gongkok, 07 Agustus 2019 Tembilahan Kota Kecamatan Tembilahan

Gambar II.1
Struktur Organisasi Pasar Jongkok Tembilahan



Sumber: Kantor APKL Pasar Jongkok Tembilahan

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.

BAB III

LANDASAN TEORI

A Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer kualitas produk adalah tingkat baik atau buruknya sesuatu.³⁶ Menurut M Suyanto kualitas adalah seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan.³⁷ Menurut Deming kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen, perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.³⁸

Menurut Garvin dan Davis kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.³⁹

Dalam kamus Bahasa Indonesia kontemporer produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan dibeli tambahan.⁴⁰ Sementara menurut Tjiptono produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk

³⁶ Petter Salim, Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta : Modren English Press, 2002), Ed.2,h.130

³⁷ M. Suyanto, *Marketing strategy top brand Indonesia*, (Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2007), h.110

³⁸ Deming, *Manajemen Terpadu Edisi kedua*, Sebagaimana dikutip dalam karangan M.N. Nasution, h.3

³⁹ Garvin dan davis, *Manajemen Terpadu Edisi kedua*, Sebagaimana dikutip dalam karangan M.N.Nasution, h.3

⁴⁰ Petter Salim, Yenny Salim, *Op Cit*, h.192

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.

diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.⁴¹

Banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide.⁴²

Produk didefinisikan juga sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.⁴³

Menurut Philip Kotler produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, pemakaian dan konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Menurut Ricky W.Griffin dan Ronaldo J.Ebert produk adalah paket nilai yang menyediakan manfaat-manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.⁴⁴

Menurut M.Nur Rianto Al Arif Pengertian sempit dari produk adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud dan dihimpun dalam bentuk yang serupa dan telah dikenal, sedangkan pengertian luas produk adalah sekelompok sifat –sifat yang berwujud (*tangible*) dan tidak

⁴¹ http://blogger-viens.blogspot.com/2013/01/kualitas_produk.html, Akses pada Tanggal 14 februari 2019

⁴² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Op Cit*, h. 4

⁴³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Op Cit*, h.266

⁴⁴ Ricky W.Griffin, Ronaldo J.Ebert, *Bisnis Edisi Kedelapan*, (Jakarta : Erlangga, 2006),

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.

berwujud (*intangible*) didalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise, dan pelayanan yang diberikan produsen yang dapat diterima oleh konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen.⁴⁵

2. Tingkatan Produk

Usaha untuk merencanakan produk yang ditawarkan kepasar, dimana perencana produk harus berfikir secara mendalam dengan memahami lima tingkatan produk, sehingga tiap-tiap tingkat mampu menambah lebih banyak nilai pelanggan diantaranya yaitu:⁴⁶

- a. Produk utama/inti (*Core Benefit*) adalah produk yang sesungguhnya dibeli konsumen karena memiliki manfaat utama atau sesungguhnya.⁴⁷
- b. Produk dasar (*Basic Product*) adalah produk yang tidak mencerminkan versi dasar (fungsional) dari suatu produk.
- c. Produk yang diharapkan (*Expected Product*) adalah suatu kumpulan atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan dan disetujui pelanggan ketika mereka membeli produk tersebut.
- d. Produk yang ditingkatkan atau produk tambahan adalah pelayanan tambahan yang diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan dan bahkan mampu melampaui harapan mereka, sehingga mampu

⁴⁵ M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 139-140.

⁴⁶ Marius P. Angiospora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2002), h. 53-154

⁴⁷ *Ibid* h.153

membedakan penawaran perusahaan dengan penawaran perusahaan pesaing.⁴⁸

3. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu barang dan jasa.

Barang konsumen adalah barang yang dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri (individu dan ruma tangga), bukan untuk tujuan bisnis. Umumnya barang konsumen dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu *convenience goods*, *shopping goods*, *specialty goods*, dan *unsought goods*. Klasifikasi ini didasarkan pada kebiasaan konsumen dalam berbelanja (Berkowitz, et al.,1992), yang dicerminkan dalam tiga aspek berikut (a) usaha yang dilakukan konsumen untuk sampai pada suatu keputusan pembelian, (b) atribut-atribut yang digunakan konsumen dalam pembelian, dan (c) frekuensi pembelian.

a. *Convenience Goods*

Convenience goods merupakan barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian tinggi (sering dibeli), dibutuhkan dalam waktu segera, dan hanya memerlukan usaha yang minimum (sangat kecil) dalam perbandingan dan pembeliannya. Contohnya antara lain rokok, sabun, pasta gigi, baterai, permen, dan surat kabar. *Convenience*

⁴⁸*Ibid* h.154

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.

goods sendiri masih dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu *staples*, *impulse goods*, dan *emergency goods*.

- 1) *Staples* adalah barang yang dibeli konsumen secara regular atau rutin, misalnya sabun mandi dan pasta gigi.
- 2) *Impulse goods* merupakan barang yang dibeli tanpa perencanaan terlebih dahulu ataupun usaha-usaha mencarinya. Biasanya *impulse goods* tersedia dan dipajang di banyak tempat yang tersebar, sehingga konsumen tidak perlu repot-repot mencarinya. Contohnya permen, coklat, majalah. Biasanya *impulse goods* dipajang di *counter* supermarket.
- 3) *Emergency goods* adalah barang yang dibeli bila suatu kebutuhan dirasa konsumen sangat mendesak, misalnya payung dan jas hujan di musim hujan.

b. *Shopping Goods*

Shopping goods adalah barang-barang yang dalam proses pemilihan dan pembeliannya dibandingkan oleh konsumen di antara berbagai alternative yang tersedia. Kriteria perbandingan tersebut meliputi harga, kualitas, dan model masing-masing barang. Contohnya alat-alat rumah tangga, pakaian, dan *furniture*. *Shopping goods* terdiri atas dua jenis, yaitu *homogeneous shopping goods* dan *heterogeneous shopping goods*.

- 1) *Homogeneous shopping goods* merupakan barang-barang yang oleh konsumen dianggap serupa dalam kualitas tetapi cukup

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.

berbeda dalam harga. Dengan demikian konsumen berusaha mencari harga yang termurah dengan cara membandingkan harga di satu toko dengan toko lainnya. Contohnya adalah *tape recorder*, TV dan mesin cuci.

- 2) *Heterogeneous shopping goods* adalah barang-barang yang aspek karakteristik atau ciri-cirinya (*features*) dianggap lebih penting oleh konsumen daripada aspek harganya. Dengan kata lain, konsumen mempersepsikannya berbeda dalam hal kualitas dan atribut. Contohnya perlengkapan rumah tangga, mebel, dan pakaian.⁴⁹

4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Pada hakikatnya, seseorang membeli suatu produk bukan hanya sekedar ia ingin memiliki produk tersebut. Para pembeli membeli barang dan jasa, karena barang atau jasa tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Dengan kata lain, seseorang membeli produk bukan karena fisik produk itu semata-mata, tetapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk yang dibelinya tersebut.⁵⁰

Produsen yang berwawasan produk berpendapat bahwa konsumen hanya akan memilih produk yang berkualitas, atau mempunyai kelebihan – kelebihan lain yang sifatnya inovatif menurut anggapan produsen. Perusahaan berpendapat bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan kualitas dan prestasi yang paling baik serta keistimewaan

⁴⁹ Fandy Tjiptono, *Op Cith*.98-99

⁵⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan strategi*, (Jakarta : Raja Grafindo Perasada, 1996),h.202

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.

yang menonjol dan karena itu organisasi harus mencurahkan usaha terus menerus dalam perbaikan produk. Para konsumen membeli produk lebih dari pada sekedar untuk memenuhi kebutuhan. Para konsumen pada mulanya menaruh perhatian pada mutu produk. Para konsumen mengetahui tinggi rendahnya mutu maupun perbedaan-perbedaan dalam penampilannya di antara berbagai merk yang bersaing. Para konsumen menetapkan pilihan di antara berbagai merk yang bersaing itu. Dengan pedoman mendapatkan mutu terbaik untuk uang yang mereka belanjakan. Tugas produsen ialah tetap menjaga kualitas produk agar semakin baik dan hal ini merupakan kunci untuk menarik dan mempertahankan langganan.⁵¹

Citra kualitas produk dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Harga mahal, contohnya, kerap kali dijadikan indikator kualitas tinggi oleh para konsumen. Upaya menghasilkan produk berkualitas tinggi biasanya membutuhkan biaya besar, diantaranya biaya riset dan pengembangan, serta biaya bahan baku yang digunakan. Kendati demikian, apabila konsumen mempersepsikan produk dan merek spesifik berkualitas tinggi, maka produk dan merek bersangkutan berpeluang *survive* lebih besar dalam pasar yang sangat kompetitif. Konsumen mempercayai merek dan kualitas produk tersebut sekalipun harganya lebih mahal.⁵²

⁵¹*Ibid*, h.39

⁵²Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Esensi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), h. 222

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta 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.

5. Indikator Kualitas Produk

- a. Produk Harapan (*expected product*), yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli
- b. Produk utama/inti (*core benefit*), yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk. Dalam usaha pakaian, manfaat utama yang dibeli para konsumen adalah kualitas bahan baku, memiliki bahan yang nyaman untuk dipakai.
- c. Produk generik, yaitu produk dasar yang mampu memenuhi fungsi produk yang paling dasar (rancangan produk minimal agar dapat berfungsi)
- d. Produk pelengkap (*augmented product*) yakni berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan varian produk, sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan bisa dibedakan dengan produk pesaing.
- e. Produk potensial, yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa mendatang.⁵³

6. Kualitas Produk dalam Pandangan Islam

Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-riz*. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan

⁵³ Fandy Tjiptono, *Op Cit*, h.96

menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al- rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.⁵⁴

Firman Allah swt dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “ Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Menurut Syaikh Imam Al-Qurthubi, dalam bukunya yang berjudul Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi, makna kata halal itu sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Dan kata ini disebut halal karena ikatan larangan yang mengikat sesuatu itu telah di lepaskan. Sahal bin Abdillah mengatakan : ada tiga hal yang harus dilakukan jika seseorang

⁵⁴ Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafei Antoniu, Muliaman Darmansyah Hadad, *Op*, h. 380

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.

ingin terbebas dari neraka, yaitu memakan makanan yang halal, melaksanakan kewajiban, dan mengikuti jejak Rasulullah saw.

Kemudian janganlah kamu mengikuti langkah dan perbuatan syetan. Dan setiap perbuatan yang tidak ada dalam syariat maka perbuatan itu nisbatnya kepada syetan. Allah swt juga memberitahukan bahwa syetan adalah musuh dan tentu saja pemberitahuan dari Allah swt adalah benar dan terpercaya. Oleh karena itu bagi setiap makhluk yang memiliki akal semestinya berhati-hati dalam menghadapi musuh ini yang telah jelas sekali permusuhannya dari zaman nabi Adam AS. Syetan telah berusaha sekuat tenaga, mengorbankan jiwa dan sisa hidupnya untuk merusak keadaan anak cucu Adam As.⁵⁵

Kualitas produk mendapat perhatian para produsen ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Akan tetapi terdapat perbedaan signifikan diantara pandangan ekonomi ini dalam penyebab adanya perhatian masing-masing terhadap kualitas, tujuan dan caranya. Sebab dalam ekonomi konvensional, produsen berupaya menekankan kualitas produknya hanya semata-mata untuk merealisasikan tujuan materi. Boleh jadi tujuan tersebut merealisasikan produk yang bisa dicapai dengan biaya serendah mungkin, dan boleh jadi mampu bersaing dan bertahan dengan produk serupa yang diproduksi orang lain. Karena itu acapkali produk tersebut menjadi tidak berkualitas, jika beberapa motivasi tersebut tidak ada padanya; seperti produk tertentu yang ditimbun karena tidak

⁵⁵ Syekh Imam Al-Qurthubi, *Tafsir Al-Qurthubi/Syekh Imam Al-Qurthubi*, (Jakarta : Istaka Azzam, 2007), h. 481-483

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.



dikhawatirkan adanya persaingan. Bahkan seringkali mengarah pada penipuan, dengan menampakkan barang yang buruk dalam bentuk yang nampaknya bagus untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin.

Firman Allah swt dalam Al-Quran surat Al-Mulk ayat 2 sebagai berikut :

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ ﴿٢﴾

Artinya: “ yang menjadikan mati dan hidup, supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya. dan Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun,”

Ayat diatas menjelaskan bahwa ujian Allah adalah untuk mengetahui siapa di antara hamba-hamba-Nya yang terbaik amalnya, lalu dibalas-Nya mereka pada tingkatan yang berbeda sesuai kualitas amal mereka; tidak sekedar banyaknya amal tanpa memnekan kualitasnya.

Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produksi adalah satu-satunya cara yang *mubah* yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin. Motivasi kualitas produk mendapat perhatian besar dalam ilmu fiqih Umar Radhiyallahu Anhu, yang dapat ditunjukkan dari beberapa bukti sebagai berikut diantaranya :

- a. Umar menyatakan untuk memperbagus pembuatan makanan, seraya mengatakan, “ Perbaguslah adonan roti ; karena dia salah satu cara mengembangkannya, “Artinya, perbaguslah adonan roti dan

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.



perhaluslah; karena demikian itu menambah berkembangnya roti dengan air yang dikandungnya.

- b. Umar Rhadiyallahu Anhu memberikan pengajaran secara rinci kepada kaum perempuan tentang pembuatan makanan yang berkualitas, seraya mengatakan, “ janganlah seseorang diantara kamu membiarkan tepung hingga airnya panas, kemudian meninggalkannya sedikit demi sedikit, dan mengaduknya dengan contongnya ; sebab demikian itu akan lebih bagus baginya dan lebih membantunya untuk tidak mengeriting.”⁵⁶

B. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan adalah proses memilih prosedur tertentu dari berbagai kemungkinan alternatif. Pengambilan keputusan senantiasa berkaitan dengan sebuah problem dan ingin dicapai suatu pemecahan. Secara harfiah pengambilan keputusan berarti memotong atau memutuskan atau secara praktis mencapai suatu kesimpulan.⁵⁷

Hampir semua penulis mendefenisikan keputusan sebagai suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternative yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan. Semua orang

⁵⁶Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, (Jakarta : Khalifa, 2006), Cet 1, hlm 78

⁵⁷ Buchari Alma, *Op Cit*, h.172

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.



mengambil keputusan setiap hari dalam hidupnya. Hanya saja kadang-kadang tanpa mereka sadari.

Seperti pengambilan keputusan dalam kehidupan sehari-hari dan kehidupan berorganisasi, keputusan beli pun ditentukan dengan cara memilih tindakan dari dua alternative pilihan atau lebih. Sejauh mana konsumen memiliki alternative, tergantung pada sifat pembeliannya. Pada pembelian rutin, alternative tidak penting lagi, sedangkan dalam pembelian dengan keterlibatan tinggi, konsumen sangat memerlukan informasi untuk mengembangkan alternative. Ada empat pandangan dalam pengambilan keputusan konsumen. Pertama adalah sudut pandang ekonomis, kedua sudut pandang pasif, kemudian sudut pandang kognitif dan yang terakhir sudut pandang emosional. Masing-masing memiliki alasan yang berbeda satu sama lain tentang bagaimana seseorang mengambil keputusan.⁵⁸

Proses pengambilan keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Proses tersebut sebenarnya merupakan proses pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

Menurut Peter dan Olson (2000), “pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran.” Lebih lengkap lagi, Peter dan Olson (1999: 162-163) menyebutkan bahwa “inti dari pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk

⁵⁸ Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Op Cit*, h.226

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.



menevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.” Pengambilan keputusan konsumen meliputi semua proses yang dilalui konsumen untuk mengenali masalah mencari solusi, mengevaluasi alternatif, dan memilih diantara pilihan-pilihan.

Menurut Engel *et al* dalam Pride dan Ferrell (1995), “perilaku pembelian adalah proses keputusan dan tindakan orang-orang yang terlibat dalam pembelian dan penggunaan produk.” Sementara Pride dan Ferrell (1995) berpendapat bahwa perilaku konsumen adalah perilaku pembelian konsumen akhir, mereka yang membeli suatu produk untuk digunakan secara pribadi, bukan untuk tujuan bisnis atau dijual kembali kepada pihak lain.⁵⁹

Menurut Kotler menyatakan tahapan-tahapan yang dilakukan konsumen dalam perilaku keputusan pembelian meliputi:

a. Mengenali Permasalahan (*Problem Recognition*)

Masalah timbul dari dalam diri konsumen yang berupa kebutuhan, yang digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar. Berdasarkan pengalaman yang lebih lalu, seseorang belajar bagaimana mengatasi dorongan ini ke arah satu jenis objek yang dapat menjenuhkannya. Semua rangsangan yang ada pada diri konsumen menyebabkan dia mengenal suatu masalah. Sehingga perusahaan perlu mengetahui jawaban dari pertanyaan apakah masalah yang dirasakan.

⁵⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah *Op Cit*, h. 332

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta 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. Mencari Informasi (*Information Search*)

Setelah timbul suatu masalah berupa kebutuhan yang digerakkan oleh rangsangan dari luar, dan didorong untuk memenuhi kebutuhan tersebut, konsumen akan mencari informasi tentang objek yang bisa memuaskan keinginannya. Kemudian mengadakan penilaian terhadap informasi yang diperolehnya.

c. Mengevaluasi Pilihan (*Evaluation of Alternative*)

Dari informasi yang diperoleh konsumen, digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternative-alternatif yang dihadapi serta daya tarik masing-masing alternative.

d. Keputusan Membeli (*Decision Making*)

Tahap evaluasi berakibat bahwa konsumen membentuk preferensi diantara alternative-alternatif produk barang dan jasa.

e. Perilaku Pasca Beli (*Post Purchase Behavior*)

Setelah melakukan pembelian konsumen akan merasakan kepuasan atau mungkin ketidakpuasan. Ini menarik bagi produsen untuk memerhatikan tindakan konsumen setelah melakukan pembelian. Konsumen dalam memenuhi keinginannya, mempunyai pengharapan agar bisa terpuaskan. Pengharapan konsumen itu timbul dari pesan-pesan yang diterima dari para penjual, teman dan sumber lain bahkan dari perusahaan sendiri.⁶⁰

⁶⁰ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Mneciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2017) Ed.1, h.92

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.

2. Faktor-Faktor Utama Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu aktivitas seseorang yang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, penggunaan, serta pengevaluasian untuk memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumen merupakan hal yang menjadi landasan bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (*low involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan matang.

Konsumen dapat merupakan seorang individu ataupun organisasi. Konsumen memiliki peran yang berbeda dalam perilaku konsumsi antara lain dapat berperan sebagai, *initiator, influencer, buyer, payer*, atau *user*. Dalam upaya untuk lebih memahami konsumen, perusahaan dapat menggolongkan konsumennya kedalam kelompok yang memiliki kemiripan tertentu, salah satunya dengan mengelompokkan menurut geografis, demografi, psikografi, dan perilaku.⁶¹

Perilaku konsumen mempelajari tempat, kondisi, dan kebiasaan seseorang dalam membeli produk tertentu dengan merek tertentu. Hal tersebut sangat membantu manajer pemasaran dalam menyusun kebijaksanaan pemasaran perusahaan. Proses pengambilan keputusan pembelian suatu barang atau jasa akan melibatkan berbagai pihak, sesuai dengan peranan masing-masing. Pemahaman akan perilaku konsumen

⁶¹Veithzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Management (Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah Ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rasulullah)*, (Jakarta: Bumi Aksara), 2017, 237

dapat diaplikasikan dalam beberapa hal. *Pertama*, untuk merancang sebuah strategi pemasaran yang baik. *Kedua*, perilaku konsumen dapat membentuk pembuatan keputusan dan kebijakan public. *Ketiga*, dalam hal pemasaran sosial (*social marketing*) berupa penyebaran ide diantara konsumen.

Dengan memahami sikap konsumen dalam menghadapi sesuatu, seseorang dapat menyebabkan idea tau gagasan lebih cepat dan efektif. Selain itu, perusahaan juga dapat memberikan gambaran kepada para pemasar dalam pembauran produk, penyesuaian harga produk, mutu produk.⁶²

Stimulus pemasaran bisa berupa strategi dan metode pemasaran yang dikembangkan produsen atau pemasar untuk memasarkan produk. Dengan stimulus tersebut diharapkan konsumen tertarik untuk membeli produk dan merasa puas. Stimulus pemasar bisa berupa strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dan STP (*segmenting, targeting, positioning*). Sementara respon pasar sasaran merupakan reaksi fisik dan mental konsumen terhadap stimulus yang dilancarkan produsen. Di antara dua dimensi tersebut terdapat kotak hitam (*black box*) yang berupa variabel intervensi (*intervening variabel*) antara stimulus dan respon seperti suasana hati (*mood*), pengetahuan konsumen, sikap, nilai, dan situasi dan kondisi yang dihadapi konsumen. Konsumen yang memiliki pengetahuan yang banyak dan lengkap (mengenai kualitas produk, harga, penyalur, misalnya)

⁶² Ibid, h.237

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.



tentu memiliki perilaku yang berbeda dalam pembelian produk (sebelum, selama, dan sesudah pembelian produk).

Stimulus yang dijalankan produsen atau pemasar, bisa berupa strategi bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi), yang dirancang pemasar untuk memengaruhi dan memotivasi perilaku konsumen agar mau melakukan pembelian produk⁶³.

3. Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen adalah segala sesuatu yang diketahui dan dipahami oleh konsumen tentang suatu produk yang dipasarkan yang melekat dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli. Oleh karena itu melalui dukungan informasi yang tersedia dapat pula mendorong seseorang untuk melakukan suatu keputusan termasuk didalamnya hal pembelian. Jenis keputusan yang akan diambil konsumen dibedakan dalam tiga hal kategori, meliputi :

a. Pengambilan keputusan dengan informasi yang terbatas

Apabila informasi tentang suatu produk tidak dikuasai, tidak dimiliki, atau sama sekali tidak ada, maka konsumen akan merasa ragu-ragu dan akan mengalami kesulitan dalam mengambil keputusan.⁶⁴

b. Pengambilan keputusan dengan informasi yang memadai

Pada kondisi ini, konsumen telah memiliki dan menguasai informasi tentang produk yang dibutuhkan, meskipun dalam jumlah yang

⁶³ Etta Mamang, *Op Cit*, h.14-15

⁶⁴ Nurul Inayah, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung DI Bank Syariah (Studi Kasus PT. BPRS Puduarta Insani)*, (Medan: Pasca Sarjana uin su) *Al-Tawassuh Vol2*, No 1, jurnal.uinsu.ac.id. Akses pada tanggal 20 mei 2019

terbatas. Guna menambah keyakinan dan kemantapan dalam pengambilan keputusan masih diperlukan informasi tambahan lain yang dibutuhkan. Konsumen akan membuat keputusan yang tepat apabila informasi yang dibutuhkan tersedia dan mudah diakses.

c. Pengambilan keputusan dengan informasi yang luas

Pada kondisi seperti ini konsumen sudah sangat mengenal produk yang diperlukan guna memenuhi kebutuhannya. Konsumen telah mengetahui semua karakteristik yang melekat pada produk, sehingga untuk mengambil keputusan, konsumen hampir tidak memerlukan informasi tambahan lainnya. Pengambilan keputusan telah menjadi hal yang rutin. Lebih-lebih lagi apabila produk dimaksud tersedia dimana-mana dan dalam jangkauan harga maupun distribusi.⁶⁵

4. Indikator Keputusan Pembelian

a. Pemecahan masalah dengan proses yang tidak berbelit-belit (terbatas)

Karena sudah ada tahap pemecahan masalah yang telah dikuasai. Keputusan untuk memecahkan masalah dalam hal ini sangat sederhana. Jalan pintas kognitif yang menjadi ciri khas pemecahan masalah ini menyebabkan seseorang tidak peduli dengan ada tau tidaknya informasi. Dia menggunakan kriteria yang kurang lebih sudah terbentuk, untuk mengevaluasi produk, kemantapan pada sebuah produk dan merek-merek dalam kategori tersebut. Informasi itu hanya digunakan untuk membedakan merek yang satu dengan merek yang lain.

⁶⁵*Ibid*, h. 199

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta 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. Pemecahan masalah yang dilakukan dengan upaya yang lebih berhati-hati dan penuh pertimbangan (pemecahan masalah yang intensif)
 Dalam tingkatan ini konsumen memerlukan informasi yang relatif lengkap untuk membentuk kriteria evaluasi. Hal ini terutama bila menyangkut produk yang gampang dilihat orang lain, dan sangat mempengaruhi citra diri sosial seseorang. **Significant others** (orang lain yang signifikan bagi kehidupan seseorang dan memberikan rekomendasi kepada orang lain, terutama citra dirinya).
- c. Pemecahan masalah yang mensyaratkan respon yang rutin
 Keputusan yang diambil tidak disertai dengan usaha yang cukup untuk mencari informasi dan menentukan alternatif. Banyak sekali keputusan yang dibuat secara rutin. Perilaku seseorang merupakan respon terhadap rutinitas karena berulang-ulang dilakukan.⁶⁶

5. Keputusan Pembelian Menurut Pandangan Islam

Dalam Islam proses pengambilan keputusan diterangkan dalam beberapa ayat yang telah lebih bersifat umum, artinya bisa diterangkan dalam segala aktifitas. Selain itu, konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditentukan pada sifat adil dan berhati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an : **(Q.S Al-Hujarat :6)**

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا جَهْلَةً
 فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ تَنِيدًا ﴿٦﴾

⁶⁶ Ristiyanti Prasetijo dan Jhon J.O.I Ihalauw, *Op Cit*,h.226

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.

Artinya: “ *Hai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.* ”

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya periksa dan teliti terlebih dahulu. Ayat ini juga dapat disarkan dengan sikap hati-hati umat Islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi dan menggunakan suatu produk. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Al-Quran dan hadist memberikan petunjuk yang sangat jelas tentang konsumsi agar perilaku konsumsi manusia jadi terarah dan agar manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasul-Nya akan menjamin kehidupan manusia yang adil dan sejahtera dunia dan akhirat.⁶⁷

Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan semata-mata memenuhi kepuasan terhadap barang (*utilitas*), namun yang lebih utama adalah sarana untuk mencapai kepuasan sejati yang utuh dan komprehensif, yaitu kepuasan dunia akhirat. Kepuasan tidak saja dikaitkan dengan kebendaan, tetapi juga dengan *ruhiyah*, *ruhiyah* atau

⁶⁷ Muhammad Hidayat, *An Introduction to The Sharia Economic : Pengantar Ekonomi Islam*, (Jakarta : Zikrul Hakim, 2010), Cet. 1, h. 229

spiritual dan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam harus ditinggalkan. Oleh karena itu konsumen rasional dalam ekonomi Islam adalah konsumen yang dapat memadu perilakunya agar dapat mencapai kepuasan maksimum sesuai dengan norma-norma Islam yang dapat pula diistilahkan dengan *masalahah*. Jadi tujuan konsumen muslim bukanlah memaksimalkan *utility*, tetapi memaksimalkan *masalahah*.⁶⁸

Menurut Imam Shatibi, sebagaimana yang dikutip Hendra Riofita dalam bukunya *Sistem Ekonomi Islam* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia dimuka bumi ini. Ada lima dasar menurut beliau, yakni : kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), property atau harta benda (*al-nasl*). Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen dasar di atas pada setiap individu, itulah yang disebut *mashlahah*.⁶⁹

⁶⁸*Ibid*, h. 243

⁶⁹Hendra Riofita, *Sistem Ekonomi Islam*, (Pekanbaru : Pt Sutra Benta Perkasa, 2013), h. 23

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 V

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah penulis lakukan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan dari apa yang telah penulis uraikan serta saran bagi para pedagang sepatu bekas. kesimpulan dan saran ini diharapkan dapat membantu permasalahan tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di pasar jongkok jalan sultan syarif qasim Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir.

Berdasarkan penelitian dan pembahasannya, maka penulis dapat menarik suatu kesimpulan beberapa hal sebagai berikut;

1. Dari hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di pasar jongkok yaitu didapatkan bahwa faktor kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kontribusi faktor keputusan pembelian ini terhadap naik turunnya keputusan pembelian adalah 0.917 lalu hubungan kedua variabel ini adalah sangat kuat.
2. Tinjauan ekonomi Islam tentang kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam produk sepatu bekas di pasar jongkok tembilahan secara umum sudah dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah. Pada intinya pemilihan kualitas produk, dan keputusan pembelian sudah sejalan dengan prinsip syariah sesuai dengan firman Allah dan Rasulnya.

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.

Saran

Berdasarkan hasil uraian kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian ini, maka penulis menyampaikan saran yang kiranya dapat dilakukan dan dapat memberikan manfaat bagi kemajuan Toko yaitu :

1. Dengan diketahuinya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam produk sepatu bekas di pasar jongkok Tembilahan. Maka dengan demikian variabel kualitas produk dapat ditingkatkan lagi Ddalam memberikan berbagai macam pilihan model dan warna untuk konsumen.
2. Dengan diketahuinya pandangan ekonomi Islam terhadap variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam produk sepatu bekas di pasar jongkok Tembilahan, dapat mendekatkan diri kita kepada Allah SWT , dan menjalankan aktivitas bermuamalah sesuai dengan sistem syariah.

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.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Buchari, 2009. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*, Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suyono. 2013 *Cara Dasyat Membuat Skripsi*, Jombang : Jaya Star Nine.
- Damiati, dkk. 2017. *Prilaku Konsumen*, Depok: Rajawali Pers.
- Departemen Agama, 2010 *Al-Quran dan Terjemah*, Bandung: MQS publisng.
- Effendi, Usman 2016 *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2016 *Esensi dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Offset
- Fitriani. Eni. *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis universitas halu eleo (04 esember 2018)*
- Hedryadi. Suryani, 2015. *Metode riset Kuantitatif*, Jakarta: Prenadamedia Group
- Hendra Riofita, 2013, *Sistem Ekonomi Islam*, (Pekanbaru : Pt Sutra Benta Perkasa.
- Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, 2006 *Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, Jakarta: Khalifa,
- John C. Mowen dan Michael Minor, 2002. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 1999 *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. Gary Armstrong, 2001 *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- _____, 2001 *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008 *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*, Jakarta : Erlangga
- M. Suyanto, 2007 *Marketing strategy top brand Indonesia*, Yogyakarta : C.V Andi Offset
- Nur Rianto Al Arif, 2010 *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : Alfabeta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta 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.

Marius P. Angiospora, 2002, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta : PT. Raja Grafindo

Muhammad Hidayat, 2010 *An Introduction to The Sharia Economic : Pengantar Ekonomi Islam*, Jakarta : Zikrul Hakim

Noor, Juliansyah, 2011. *Metode Penelitian; Skripsi, Tesis, Disertas, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Nurul Inayah, *Analisis Keputusan Nasabah Menabung DI Bank Syariah (Studi Kasus DI PT. BPRS Puduarta Insani)*, (Medan: Pasca Sarjanauin su) Al-Tawassuh Vol2, No 1

Petter Salim, Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta : Modren English Press, 2002)

Ricky W. Griffin, Ronaldo J. Ebert, 2006, *Bisnis edisi kedelapan*, Jakarta : Erlangga,

Riduwan, 2013 *Metode Penelitian dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabeta.

Ristiyanti Prasetyo dan John J. O. I. Ihalauw, 2005, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Andi Offset

Sanopa, Grasela *Pengaruh Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor*. Fak. syariah dan hukum. 2015. No. 2015416EI

Sofjan Assauri, 1996, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan strategi*, Jakarta : Raja Grafindo Perasada

Suryani, Tatik. 2013 *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tatik Suryani, 2008. *Prilaku konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tatik Suryani, 2017, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*, Jakarta : Prenamedia Group

Usman, Husaini dan Purnomo Setyady Akbar, 2011. *Pengantar Statistika*, Yogyakarta: bumi aksara.

Veithzal Rivai Zainal dkk, 2017, *Islamic Marketing Management (Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah Ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rasulullah)*, Jakarta: Bumi Aksara



KUESIONER PENELITIAN

Asalamu'alaikum Wr.Wb

A. Pendahuluan

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi) Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bekas Di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Kasim Tembilahan Menurut Ekonomi Syariah** , maka dengan ini peneliti :

Nama : Bunga Dahlia
 Nim : 11525203884
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Syariah dan Hukum

Melalui angket ini, peneliti mohon bantuan bapak/ibu/saudara/I untuk mengisi angket penelitian ini sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman. Jawaban yang bapak/ibu/saudara/I berikan dijamin kerahasiaan dan tidak akan mempengaruhi aktivitas bapak/ibu/saudara/I.

Atas bantuan bapak/ibu/saudara/I dalam pengisian angket ini peneliti ucapkan terima kasih.

Mengetahui

Penulis

Pembimbing

Bunga Dahlia
 NIM :1152503884

Budi Azwar, S.E.M.S.Ec
 NIP. 19800104 200801 1 005

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.



Pernyataan yang berkaitan dengan Kualitas Produk (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Harapan Konsumen						
1.	Saya yakin sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan sesuai dengan keinginan konsumen					
2.	Saya yakin sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan sesuai dengan trend saat ini					
Kualitas Bahan Baku						
3.	Saya setuju sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan memiliki bahan yang nyaman untuk dipakai.					
4.	Saya setuju sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan dapat bersaing dengan sepatu baru yang lain.					
Variasi Produk						
5.	Saya setuju sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan menyediakan sepatu untuk semua kalangan konsumen.					
6.	Saya setuju sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan memiliki berbagai macam pilihan warna dan model sepatu..					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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.

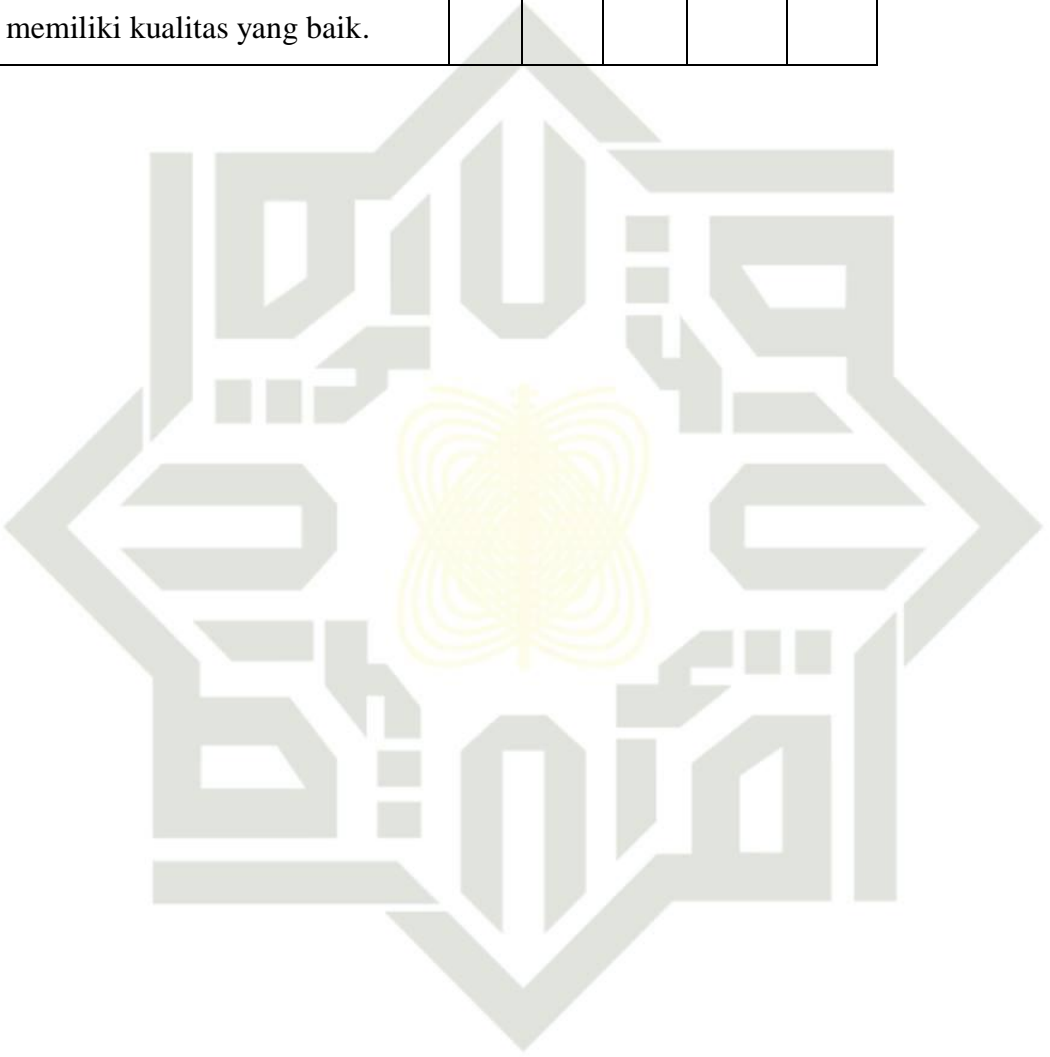
Pernyataan yang berkaitan dengan keputusan konsumen (Y)						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Pencarian Kebutuhan						
1.	Saya yakin sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan sudah sesuai dengan kondisi ekonomi					
2.	Saya yakin model sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan sesuai dengan kebutuhan					
Paska Pencarian Informasi						
3.	Informasi yang saya dapat mengenai Pasar Jongkok di sosial media sudah sesuai dengan kenyataan.					
4.	Informasi yang saya dapat mengenai Pasar Jongkok sudah sesuai dengan berita di surat kabar (Koran).					
Evaluasi Alternatif						
5.	Saya lebih memilih produk sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan.					
6.	Saya yakin sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan mampu bersaing dengan produk sepatu baru.					
Keputusan Pembelian						
7.	Saya yakin sudah memilih produk sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan					
Paska Keputusan Pembelian						
8.	Saya akan melakukan pembelian ulang pada produk sepatu bekas di Pasar					



	Jongkok tembilahan karena kualitas yang baik.				
9.	Saya tidak akan melakukan pembelian ulang pada produk sepatu bekas di Pasar Jongkok Tembilahan karena tidak memiliki kualitas yang baik.				

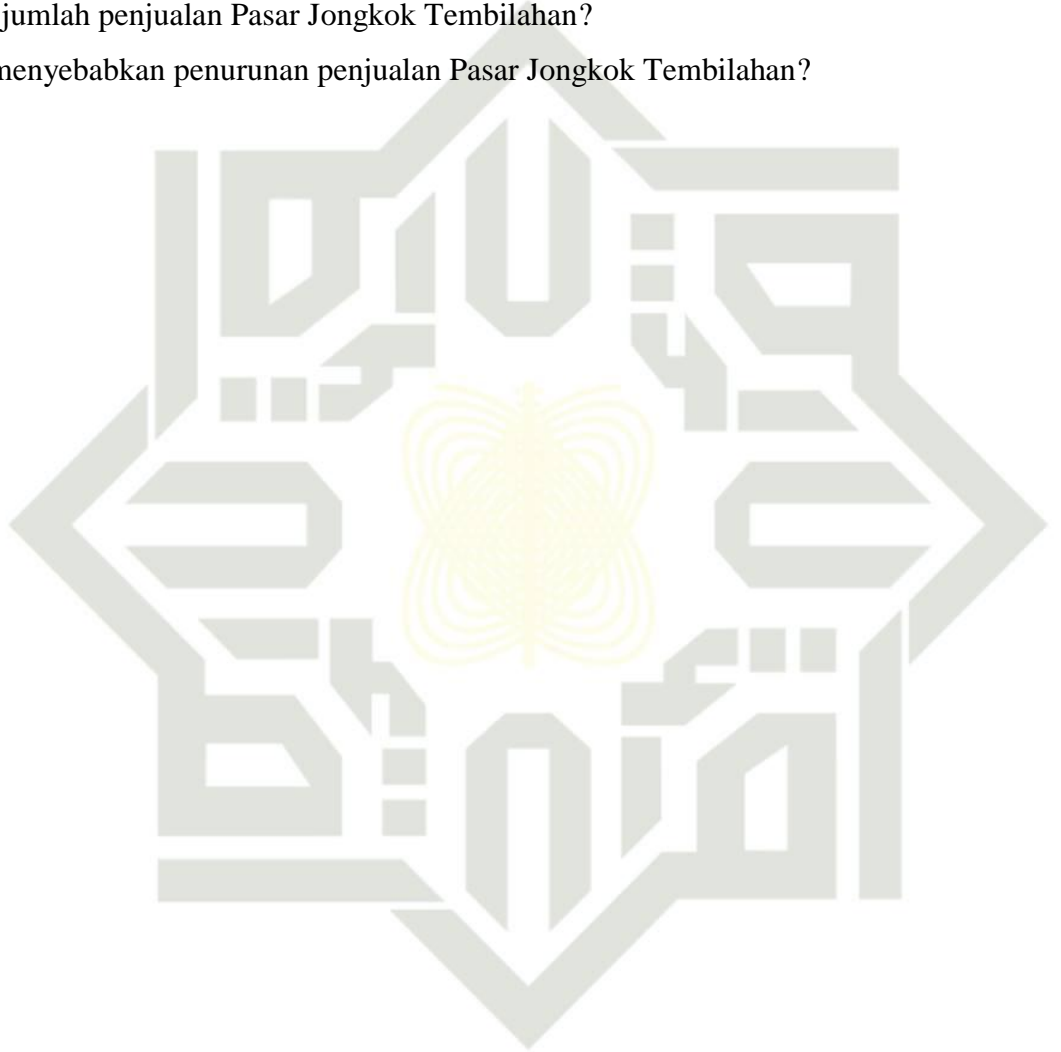
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



DAFTAR WAWANCARA

- 1. Bagaimana sejarah berdirinya Pasar Jongkok Tembilahan?
- 2. Bagaimana Struktur organisasi Pasar Jongkok Tembilahan?
- 3. Apa saja produk dari Pasar Jongkok Tembilahan?
- 4. Berapakah jumlah penjualan Pasar Jongkok Tembilahan?
- 5. Apa yang menyebabkan penurunan penjualan Pasar Jongkok Tembilahan?



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.



A Karakteristik Responden

Frequencies

Statistics

	Jenis_Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan
Valid	90	90	90	90
Missing	0	0	0	0

Frequency Table

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent
Valid Laki-laki	40	44.4
Perempuan	50	55.5
Total	90	100.0

Usia

	Frequency	Percent
Valid 20 s/d 30 Tahun	34	37.7
31 s/d 40 Tahun	25	27.7
41 s/d 50 Tahun	25	27.7
51 s/d 60 Tahun	6	6.6
Total	90	100.0

Pendidikan

	Frequency	Percent
Valid SMP	24	26.6
SMA	27	30
S1	25	27.7
S2/S3	14	15.5
Total	90	100.0

- 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.



Pekerjaan

	Frequency	Percent
Valid Pelajar/ Mahasiswa	34	37.7
Wiraswasta	16	17.7
Karyawan/ PNS	15	16.6
Lain-lain	25	27.7
Total	90	100.0

B. Deskriptif Variabel

1. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Kualitas Produk (X)

Frequencies

Statistics

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9
N Valid	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	17	10.0	10.0	10.0
Valid Setuju	39	65.0	65.0	75.0
Valid Sangat Setuju	34	25.0	25.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	27	15.0	15.0	15.0
Valid Setuju	39	60.0	60.0	75.0
Valid Sangat Setuju	24	25.0	25.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta 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.

X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	24	5.0	5.0	5.0
Valid Setuju	27	65.0	65.0	70.0
Valid Sangat Setuju	39	30.0	30.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	28	5.0	5.0	5.0
Valid Setuju	35	60.0	60.0	65.0
Valid Sangat Setuju	27	35.0	35.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	10	10.0	10.0	10.0
Valid Setuju	27	65.0	65.0	75.0
Valid Sangat Setuju	53	25.0	25.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

X6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	27	10.0	10.0	10.0
Valid Setuju	28	65.0	65.0	75.0
Valid Sangat Setuju	35	25.0	25.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Frequency Table

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	28	30.0	30.0	30.0
Valid Setuju	35	35.0	35.0	65.0
Valid Sangat Setuju	27	35.0	35.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

RIAU



© Ha

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.

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	10	15.0	15.0	15.0
Valid Setuju	27	30.0	30.0	45.0
Valid Sangat Setuju	53	55.0	55.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	27	20.0	20.0	20.0
Valid Setuju	28	55.0	55.0	75.0
Valid Sangat Setuju	35	25.0	25.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	17	10.0	10.0	10.0
Valid Setuju	39	45.0	45.0	55.0
Valid Sangat Setuju	34	45.0	45.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	27	10.0	10.0	10.0
Valid Setuju	39	40.0	40.0	50.0
Valid Sangat Setuju	24	50.0	50.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	24	15.0	15.0	15.0
Valid Setuju	27	35.0	35.0	50.0
Valid Sangat Setuju	39	50.0	50.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Suska Riau

State Islamic University

rif Kasim Ria



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.

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	17	25.0	25.0	25.0
Setuju	39	40.0	40.0	65.0
Sangat Setuju	34	35.0	35.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	27	20.0	20.0	20.0
Setuju	39	35.0	35.0	55.0
Sangat Setuju	24	45.0	45.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Y9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	24	20.0	20.0	20.0
Setuju	27	50.0	50.0	70.0
Sangat Setuju	39	30.0	30.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

C Hasil Uji Instrumen Penelitian

Correlations

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	KUALITAS_PRODUK
Pearson Correlation	1	.686	.496	.450	.387	.255	.706
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.015	.000
N	90	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	.686	1	.600	.582	.399	.435	.807
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	.496	.600	1	.654	.519	.358	.799
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000
N	90	90	90	90	90	90	90



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.

Pearson Correlation	.387**	.399**	.519**	.500*	1	.602**	.367**	.300*	.442**	.707**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.004	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	.255*	.435**	.358**	.410*	.602**	1	.416**	.238*	.360*	.641**
Sig. (2-tailed)	.015	.000	.001	.000	.000		.000	.024	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	.357**	.511**	.429**	.495**	.367**	.416**	1	.528**	.786**	.748**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	.366**	.388**	.335**	.352**	.300*	.238*	.528**	1	.484**	.604**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.001	.004	.004	.000		.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	.368**	.485**	.526**	.519**	.442**	.360*	.786**	.484**	1	.756**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pearson Correlation	.671**	.787**	.766**	.780**	.707**	.641**	.748**	.604**	.756**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

1. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X)

Case Processing Summary

	N	%
Valid	90	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.





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.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	6

2. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Konsumen (Y)

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	90	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	6

D. Hasil uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KUALITAS_PR ODUK	KEPUTUSAN_ PEMBELIAN
N		90	90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	24.80	37.1556
	Std. Deviation	3.419	4.68301
Most Extreme Differences	Absolute	.118	.116
	Positive	.105	.116
	Negative	-.118	-.095
Kolmogorov-Smirnov Z		1.118	1.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.164	.174

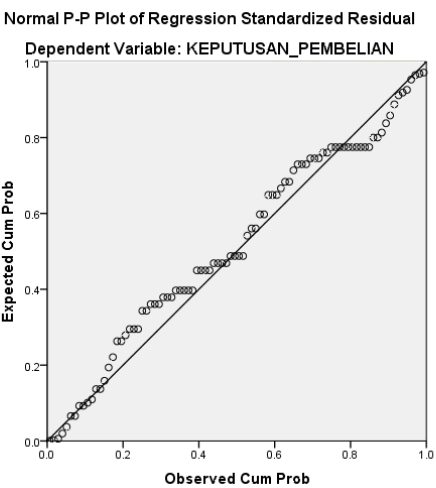
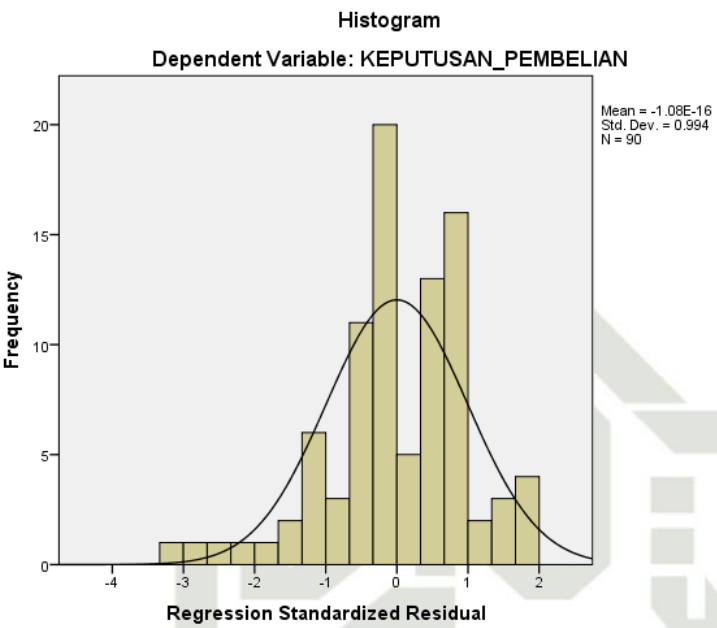
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

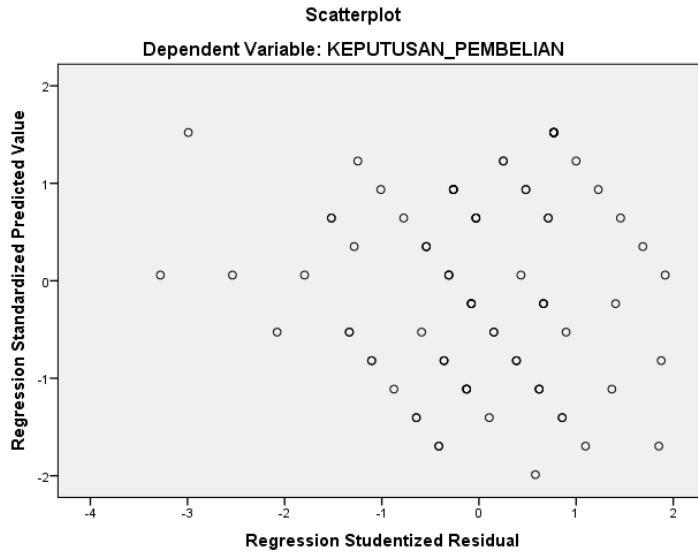
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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





Hak Cipta 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.



2. Uji Auto Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.958 ^a	.917	.916	1.354	1.445

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK
 b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

E. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.623	1.051		4.397	.000
	KUALITAS_PROD UK	0.312	.042	.958	31.236	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

2. Uji Parsial/ Uji (t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.623	1.051		4.397	.000
	KUALITAS_PROD UK	0.312	.042	.958	31.236	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN



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.

Koefisien Determinasi (R^2) dan Koefisien Korelasi (R)
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.958 ^a	.917	.916	1.35459

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN



DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





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.

**LEMBAR PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BEKAS DI PASAR JONGKOK JALAN SULTAN SYARIF QASIM TEMBILAHAN MENURUT EKONOMI SYARIAH"** yang ditulis oleh:

Nama : **Bunga Dahlia**
 NIM : 11525203884
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 November 2019

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Bambang Hermanto, M.Ag

Sekretaris
Dra. Hj. Yusliati, MA

Penguji I
Dra. Asmiwati, MA

Penguji II
Jonnius, SE, MM

Kepala Bagian Tata Usaha
Fakultas Syariah dan Hukum

Erni, S.Sos.,MM
 NIP. 19680226 199103 2 002

**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.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id,E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS DI PASAR JONGKOK
JALAN SUL5AN SYARIF QASIM TEBILAHAN MENURUT EKONOMI
SYARIAH**

Nama : Bunga Dahlia
NIM : 11525203884
Program Studi : Ekonomi Syariah

Di seminarkan pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 10 April 2019
Narasumber : Budi Azwar, SE, M.S.Ec

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa
Fakultas Syariah dan hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 23 April 2019

Kepala Bag. Akademik

Asfendi, S. Ag., M.Si
NIP.19610918 198803 1 002

Narasumber

Budi Azwar, SE, M.S.Ec
NIP.19800104 200801 1 005

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.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. http://fasih.uin-suska.ac.id, E-mail . fsihuinriau@gmail.com

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/5729/2019 Pekanbaru, 08 Juli 2019
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : BUNGA DAHLIA
NIM : 11525203884
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : IX (Sembilan)
Lokasi : Pasar Jongkok Jin. Sultan Syarif kasim Kec. Tembilahan Riau

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul
.Pengaruh Kualitas Produk Terhadap keputusan pembelian Pakaian Bekas Di Pasar Jongkok
Jalan Sultan Syarif Kasim Tembilahan Menurut Ekonomi Syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksanya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan



Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
 Email : dpmpstsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/24087
 TENTANG



032010

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/5729/2019 Tanggal 8 Juli 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

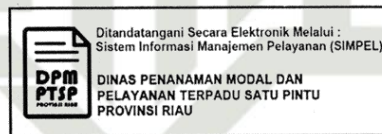
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : BUNGA DAHLIA |
| 2. NIM / KTP | : 11525203884 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : INDRAGIRI HILIR |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS DI PASAR JONGKOK JALAN SULTAN SYARIF QASIM TEBILAHAN MENURUT EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : PASAR JONGKOK JALAN SULTAN SYARIF QASIM TEBILAHAN |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 9 Juli 2019



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Indragiri Hilir
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Tembilahan
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



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.



PEMERINTAH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Akasia No.01 Telephone ☎ (0768) 22904 Faximile (0768) 21383
 Tembilahan Kode Pos 29211

**REKOMENDASI PENELITIAN
 DAN PENGUMPULAN DATA (SURVEY)**

Nomor : 070/BKBP-POLMAS/2019/237

KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK KABUPATEN INDRAGIRI HILIR, berdasarkan Surat dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu satu pintu Provinsi Riau Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISSET/24087 Tanggal 9 Juli 2019, Tentang Pelaksanaan kegiatan **Riset** dan Pengumpulan Data Untuk Bahan **Skripsi**, dengan ini memberikan Rekomendasi kepada :

Nama : **BUNGA DAHLIA**
 NIM : 11525203884
 Program studi/Jenjang : Ekonomi Syariah / S1
 Alamat : PRT 4 Kiri Kecamatan Keritang
 Judul Penelitian : **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU BEKAS DI PASAR JONGKOK JALAN SULTAN SYARIF QASIM TEMBILAHAN MENURUT EKONOMI SYARIAH**
 Lokasi Penelitian : **DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

Untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data dengan ketentuan :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang tidak ada hubungannya dengan penelitian dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan penelitan selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal 19 Juli s/d 19 Oktober 2019.

Demikian rekomendasi ini diberikan, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Tembilahan, 19 Juli 2019

a.n **KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**
 Kabid Kewaspadaan dan Pengawasan Orang Asing



KAMALUDDIN, S.Sos, M.Si
 Pembina
 NIP. 19711111 199503 1 003

Tembusan : Disampaikan kepada Yth ;
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru.

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.



Akte Notaris No.:
6 Tanggal 17 Juli 2008

Sekretariat : Jln. M. Boya Lr. Tangkuban Perahu No. 18, Contact Person : Hp : 082386519813 Hp. 082268421958

**ASOSIASI PEDAGANG KAKI LIMA
(APKL)
KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

Tembilahan, Agustus 2019

No : 98 /APKL-INHIL/VIII/2019
Lamp :-
Hal : Surat Keterangan
Telah Melakukan Riset

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Syariah dan
Hukum
Di-

Pekanbaru

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Asosiasi Pedagang Kaki Lima (APKL) Kabupaten Indragiri Hilir, dengan ini menerangkan bahwa nama yang tertera dibawah :

Nama : Bunga Dahlia
NIM : 11525203884
Program : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Hukum
Tahun Akademik : 2019/2020

Benar telah melakukan penelitian (riset) di Pasar Jongkok Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir dalam melaksanakan tugas akhir kuliah dengan judul "Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu bekas di Pasar Jongkok Jalan Sultan Syarif Qasim Tembilahan menurut Ekonomi Syariah".

Demikianlah surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

**ASOSIASI PEDAGANG KAKI LIMA (APKL)
KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**



Ketua Umum

ALEX SAPUTRA

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.



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293
 Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052
 www.Jurnalhukumislam.com email.admin@Jurnalhukumislam.com
 HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **ELVIA JUITA TINTAUBAH**
 NIM : **11525204030**
 Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
 Judul : **PENGARUH UPAH DAN INSENTIF TERHADAP MOTIVASI KERJA SUPIR PADA PT. TERANG BERSAMA ZANESYA CABANG PEKANBARU MENURUT TINJAUAN EKONOMI SYARIAH**
 Pembimbing : **Jonnius, SE. MM**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 2 Desember 2019

An. Pimpinan Redaksi



M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL

NIP. 198804302019031010

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.

RIWAYAT HIDUP



Bunga Dahlia, lahir di Suka Jadi 05 Januari 1997, Alamat Jalan Kesehatan Pengalihan Keritang. Anak dari pasangan Bapak Setta dan Ibu Saleha, merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Anak pertama adalah laki-laki bernama Muhammad Heri Yanto dan anak ketiga dan anak ke empat adalah perempuan bernama Susi Susanti dan Meldawati. Hingga saat ini, penulis telah melewati jenjang pendidikan SDN 021 Pengalihan (2003-2009), Mts Sabilal Muhtadin Tembilahan (2009-2012), MAN 1 Tembilahan (2012-2015). Pada Juli 2015, penulis diterima sebagai mahasiswi di Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur UM-PTKIN. Pada tahun 2017, penulis melaksanakan PKL (Prakter Kerja Lapangan) di Kantor Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kab.Indragiri Hilir. Pada tahun 2018, penulis melaksanakan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Pulau Indah, Kecamatan Kempas Kab.Indragiri Hilir. Kemudian, pada bulan Juli - Agustus 2019 penulis melakukan penelitian kepada konsumen Produk Sepatu Bekas di Pasar Jongkok Tembilahan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian sepatu bekas di pasar jongkok jalan sultan syarif qasim Tembilahan menurut ekonomi syariah”. *Alhamdulillah* penulis bisa menyelesaikan studi Strata 1 ditahun 2019 dengan IPK terakhir 3.29 predikat lulusan sarjana memuaskan dengan menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).